

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN HARGA SAHAM SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(STUDI PADA SEKTOR *CONSUMER GOODS* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-
2019)**

SKRIPSI



Oleh

ZAHRA NURFITRI RAMADHANI

NIM : 17510170

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN HARGA SAHAM SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(STUDI PADA SEKTOR *CONSUMER GOODS* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-
2019)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh
ZAHRA NURFITRI RAMADHANI
NIM : 17510170

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2021**

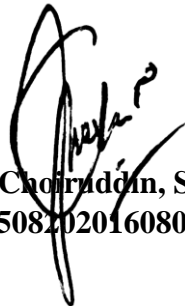
LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN HARGA SAHAM SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(STUDI PADA SEKTOR *CONSUMER GOODS* YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-
2019)

SKRIPSI

Oleh

ZAHRA NURFITRI RAMADHANI
NIM : 17510007

Telah disetujui pada 15 Juni 2021
Dosen Pembimbing,



M. Nanang Choiruddin, SE., MM
NIP : 19850820201608011047

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA
NIP 196708162003121001

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN HARGA SAHAM SEBAGAI
VARIABEL MODERASI (STUDI PADA SEKTOR CONSUMER
GOODS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
PERIODE 2016-2019)

SKRIPSI

Oleh

ZAHRA NURFITRI RAMADHANI

NIM : 17510170

Telah Dipertahankan Di Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada 09 Juli 2021

Susunan Dewan Penguji :

Tanda Tangan

1. Ketua

Dr. Maretha Ika Prajawati, SE., MM

NIP. 198903272018012002

()

2. Penguji Utama

Dr. Indah Yuliana, SE., MM

NIP. 197409182003122004

()

3. Sekretaris/Dosen Pembimbing

M. Nanang Choiruddin, SE., MM

NIP. 19850820201608012048

()

Disahkan oleh
Ketua Jurusan



Drs. Agus Sucipto, SE., MM.,CRA
NIP. 196708162003121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zahra Nurfitri Ramadhani
NIM : 17510170
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN HARGA SAHAM SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDY PADA SEKTOR *CONSUMER GOODS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2019)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 Juni 2021
Hormat Saya,



Zahra Nurfitri Ramadhani
NIM : 17510170

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah dan Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat berarti dalam hidup saya

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang selalu mensupport baik secara moril dan spiritual serta tidak pernah berhenti mendoakan saya dalam proses Thalabul 'Ilmi. Semoga beliau senantiasa dalam lindungan Allah SWT, diberikan kesehatan dan umur yang barokah, dilapangkan rezekinya serta kelancaran dalam segala hal dan doa-doa yang dipanjatkan diijabah. Amiin. Kepada kedua kakakku mas Bhirawa dan mas Galang terimakasih atas supportnya kepada adiknya ini. Semoga Zahra bisa sukses seperti mas Bhirawa dan mas Galang. Amiin

Kepada dosen pembimbing saya Bapak M. Nanang Choiruddin terimakasih telah membantu, mendampingi dan memberikan saran serta masukan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada sahabat-sahabat saya dan teman-teman satu bimbingan yang telah mensupport dan menyemangati saya serta membantu dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat selesai. Juga kepada Ramdani Aziz, orang yang telah membantu saya dari awal hingga akhir, dan selalu memberikan dukungan, bantuan, saran dan masukan kepada saya. Terimakasih banyak semoga kita semua dapat sukses bersama nantinya. Amiin

MOTO

“Pendidikan adalah bekal terbaik untuk perjalanan hidup”

“Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(SQ. Al-Insyirah:5)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan pada Allah SWT, karena atas Rahman dan Rahim-Nya penulis masih diberikan kesehatan dan kemampuan dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2019)”. Shalawat serta salam kita panjatkan kepada Baginda besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran-ajarannya sehingga kita dapat menghadapi kehidupan yang semakin mengglobal ini dengan terbekali iman dan islam.

Pada kesempatan ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, MM., CRA selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak M. Nanang Choiruddin, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membantu dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Selaku ketua penguji dan selaku penguji utama.
7. Keluarga penulis dan Kedua Orang Tua Bapak M. Nurlaksono dan Ibu Sri Pursasi, serta kakak saya A. Bhirawa Bissawab dan A. Galang Syuhada’, adik saya Syahdan Moch. Akbar dan M. Aziz yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan doa kepada penulis.

8. Seseorang yang terbaik dalam hidup yang selalu memberikan dukungan semangat dan saran kepada penulis.
9. Seluruh Teman-teman seperjuanganku Ramdani Aziz, Zida, Ulima, Suci, Riska, Sarifah, Yusuf, Intan dan Vikka yang telah memberikan semangat dan masukan kepada penulis.
10. Seluruh pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini.
11. Last but not least I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan kepenulisan ini. Peneliti berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak Amin ya Robbal „Alamin.

Malang, 15 Juni 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

COVER DEPAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Persamaan Penelitian	23
2.1.2 Perbedaan Penelitian	24
2.2 Kajian Teoritis.....	26
2.2.1 Teori Sinyal (Signalling Theory).....	26
2.2.2 Nilai Perusahaan	28

2.2.2.1	Pengertian Nilai Perusahaan	28
2.2.2.2	Tujuan Nilai Perusahaan.....	29
2.2.2.3	Pengukuran Nilai Perusahaan	30
2.2.2.4	Nilai Perusahaan dalam Konsep Islam.....	31
2.2.3	Profitabilitas	32
2.2.3.1	Pengertian Profitabilitas	32
2.2.3.2	Tujuan Profitabilitas	33
2.2.3.3	Profitabilitas dalam Konsep Islam	39
2.2.4	Harga Saham	40
2.2.4.1	Pengertian Harga Saham	40
2.2.4.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham	41
2.2.4.3	Penilaian Harga Saham	42
2.2.4.4	Harga Saham dalam Konsep Islam	43
2.3	Kerangka Konseptual.....	44
2.4	Hipotesis Penelitian	46
2.4.1	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	46
2.4.3	Pengaruh Moderasi Harga Saham Pada Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	48
BAB III.....		50
METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
3.2	Lokasi Penelitian	50
3.3	Populasi	50
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.5	Sampel.....	51
3.6	Data dan Jenis Data.....	52
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.8	Definisi Operasional Variabel	53

3.8.1	Variabel Independen	53
3.8.2	Variabel Dependensi.....	54
3.8.3	Variabel Moderasi.....	54
3.9	Analisis Data	55
3.9.1	Statistik Deskriptif	55
3.9.2	Analisis Partial Least Square (PLS).....	56
BAB IV		60
HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1	Gambaran umum Sektor Consumer Goods.....	61
4.1.2	Analisis Deskriptif	62
4.1.2.1	Profitabilitas	62
4.1.2.2	Nilai Perusahaan	67
4.1.2.3	Harga Saham.....	69
4.1.3	Statistik Deskriptif	70
4.1.4	Analisis Partial Least Square (PLS).....	71
4.1.4.1	Model Pengukuran	71
4.1.4.2	Model Struktural	76
4.1.4.3	Pengujian Hipotesis.....	76
4.2	Pembahasan.....	79
4.2.1	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	79
4.2.1.1	Pengaruh Earning per Share terhadap Nilai Perusahaan	79
4.2.1.2	Pengaruh Return on Equity terhadap Nilai Perusahaan	80
4.2.1.3	Pengaruh Return on Assets terhadap Nilai Perusahaan	81
4.2.2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Harga Saham	89
BAB V.....		93
PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan.....	93

5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Kriteria Sampel	51
Tabel 3.2 Sampel Perusahaan Sektor Consumer Goods Periode 2016-2019	51
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3.4 Kriteria Penilaian Partial Least Square (PLS)	58
Tabel 4.1 Deskriptif Variabel Penelitian Sektor Consumer Goods Periode 2016-2019	71
Tabel 4.2 Outer Loading	70
Tabel 4.3 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Antar Konstruk	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Diskriminant validity	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliability.....	75
Tabel 4.7 Hasil R-Square	76
Tabel 4.8 Hasil <i>Path Analysis</i>	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	13
Gambar 4.6 Output PLS Algorithm	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Rata-rata Nilai Perusahaan sektor consumer goods.....	2
Grafik 4.1 Earning Per Share sektor consumer goods periode 2016-2019 (dalam rupiah)	61
Grafik 4.2 Return On Equity sektor consumer goods periode 2016-2019 (dalam Presentase)	64
Grafik 4.3 Return On Assets sektor consumer goods periode 2016-2019 (dalam Presentase)	66
Grafik 4.4 Nilai Perusahaan sektor consumer goods periode 2016-2019 (dalam X)	68
Grafik 4.5 Perkembangan Harga Saham sektor consumer goods periode 2016-2019 (dalam rupiah)	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Populasi Penelitian
Lampiran 2	Sampel Penelitian
Lampiran 3	Data Laba Bersih Variabel Penelitian
Lampiran 4	Data Jumlah Lembar Saham Beredar
Lampiran 5	Data Total Equity
Lampiran 6	Data Total Assets
Lampiran 7	Data Earning per Share
Lampiran 8	Data Return on Equity
Lampiran 9	Data Return on Assets
Lampiran 10	Harga Saham
Lampiran 11	Nilai Perusahaan (PBV)
Lampiran 12	Hasil Analisis <i>PLS</i>

ABSTRAK

Zahra Nurfitri Ramadhani. 2021. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019).

Pembimbing : M. Nanang Choiruddin, SE., MM

Kata kunci : Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Harga Saham

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap nilai perusahaan, 2) mengetahui pengaruh *return on equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan, 3) mengetahui pengaruh *return on assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan, 4) mengetahui apakah harga saham mampu memoderasi pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap nilai perusahaan, 5) mengetahui apakah harga saham mampu memoderasi pengaruh *return on equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan dan 6) mengetahui apakah harga saham mampu memoderasi pengaruh *return on assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan.

Metode penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Variabel yang digunakan adalah profitabilitas, nilai perusahaan dan harga saham. Penelitian ini difokuskan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2016-2019. Berdasarkan teknik *purposive sampling*, didapatkan 30 perusahaan yang memenuhi kriteria. Analisis data menggunakan analisa *Partial Least Square* dengan bantuan *software smartPLS*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 2) *return on equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 3) *return on assets* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 4) harga saham tidak mampu memoderasi pengaruh *earning per share* terhadap nilai perusahaan, 5) harga saham tidak mampu memoderasi pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan, 6) harga saham tidak mampu memoderasi pengaruh *return on assets* terhadap nilai perusahaan.

ABSTRACT

Nurfitri, Zahra. 2021. Thesis. "The Effect of Profitability on Firm Value With Stock Price As Moderating Variable (Study on the Consumer Goods Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period of 2016-2019).

Advisors : M. Nanang Choiruddin, SE., MM

Keywords : Profitability, Firm Value, Stock Price

This study aims to: 1) determine the effect of earning per share on firm value, 2) determine the effect of return on equity on firm value, 3) determine the effect of return on assets on firm value, 4) determine the effect of stock prices on firm value and determine whether stock prices are able to moderate the effect of earning per share on firm value, 5) determine the effect of stock prices on firm value and determine whether stock prices are able to moderate the effect of return on equity on firm value, 6) determine the effect of stock prices on firm value and determine whether stock prices are able to moderate the effect of return on assets on firm value,

This research is a quantitative research using a descriptive approach. The variables used are profitability, firm value and stock price. This research is focused on the consumer goods sector listed on the IDX for the 2016-2019 period. Based on the purposive sampling technique, there were obtained 30 companies that have met the criteria. The data analysis tool used in this research was Partial Least Square with the help of smartPLS software.

The results showed that: 1) earning per share has no effect on firm value, 2) return on equity has a positive effect on firm value, 3) return on assets has a positive effect on firm value, 4) stock price are not able to moderate the effect of earning per share on firm value, 5) stock price are able to moderate the effect of return on equity on firm value, 6) stock price are able to moderate the effect of return on assets on firm value.

مستخلص البحث

زهرة نورفيتري رمضاني. 2021. أطروحة. العنوان: "تأثير الربحية على قيمة الشركة مع سعر السهم كمتغير اعتدال دراسة حول قطاع السلع الاستهلاكية المدرجة في فترة بورصة إندونيسيا 2016-2019
المستشار : م. نانانغ جوقه الدين،
الكلمات الرئيسية : الربحية، قيمة الشركة، سعر السهم

ووفقا لنظرية الشركة، فإن الهدف الرئيسي للشركة هو تحقيق أقصى قدر من رفاحية المساهمين أو قيمة الشركة تهدف هذه الدراسة إلى: معرفة تأثير الربحية على قيمة الشركة، معرفة تأثير سعر السهم على قيمة الشركة ومعرفة ما إذا كان سعر السهم قادرا على تخفيف تأثير الربحية على قيمة الشركة

طريقة البحث هي البحث الكمي باستخدام نهج وصفي. المتغيرات المستخدمة هي الربحية وقيمة الشركة وسعر السهم. يركز هذا البحث على قطاع السلع الاستهلاكية المسجل في للفترة 2016-2019. واستنادا إلى تقنيات أخذ العينات التتقنية، استوفت 30 شركة IDX بمساعدة البرنامج (PartialLeastSquare/PLS) المعايير. تحليل البيانات باستخدام التحليل

وأظهرت النتائج أن الربحية تؤثر بشكل إيجابي على قيمة الشركة. سعر السهم ليس له أي تأثير على قيمة الشركة. سعر السهم غير قادر على تخفيف تأثير الربحية على قيمة الشركة

BAB I

PENDAHULUAN

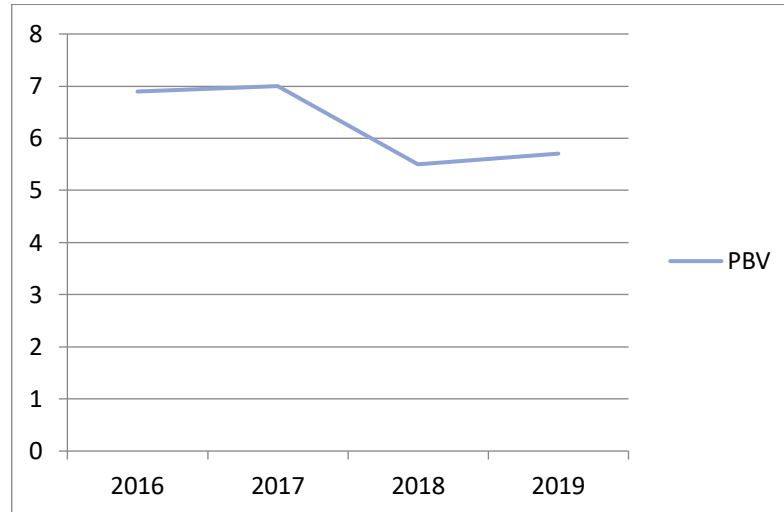
1.1 Latar Belakang

Pasar modal berperan penting terhadap perekonomian suatu Negara dimana pasar modal berfungsi sebagai tempat bertemunya pihak yang kelebihan dana (investor) dengan pihak yang kekurangan dana. Sebagai pihak yang kelebihan dana, masyarakat pemodal (investor) akan menempatkan dananya pada instrument yang dipilihnya dengan memperhatikan risk dan return yang akan dihadapinya nanti. Dana ini nantinya akan digunakan oleh pihak yang kekurangan dana sebagai sumber pendanaan usahanya yang dapat digunakan untuk pengembangan perusahaan, ekspansi, penambahan modal kerja, dll.

Sepanjang tahun 2019, Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat penambahan jumlah investor saham sebesar 2,48 juta investor baru, jumlah ini naik sebesar 35% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 1,6 juta investor. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Tingginya minat investor tersebut harus dibarengi oleh peningkatan kinerja perusahaan. Investor akan menilai perusahaan mana yang menguntungkan apabila dijadikan investasi.

Nilai perusahaan menjadi sangat penting sebab, dengan meningkatnya nilai perusahaan akan memaksimalkan pula kemakmuran pemegang saham. Hal ini sesuai dengan *theory of the firm* yang menjelaskan bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham atau nilai perusahaan (Haryadi, 2016). Menurut Lestari, 2015 (dalam Dewanti 2019) meningkatnya nilai perusahaan akan menimbulkan kepercayaan pasar pada kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa depan. Oleh sebab itu, sangat penting bagi suatu perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Berikut disajikan grafik pertumbuhan nilai perusahaan dari sektor *consumer goods* selama periode 2016-2019.

Grafik 1.1
Grafik Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Consumer Goods
Periode 2016-2019



sumber: www.idx.co.id (data diolah)

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata *price to book value* (PBV) sektor *consumer goods* yang berfluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2017, rata-rata nilai perusahaan sektor *consumer goods* mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan oleh kinerja perusahaan-perusahaan sektor *consumer goods* yang cukup baik apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2017, kinerja sektor *consumer goods* bergantung pada harga komoditas. Harga komoditas yang stabil dan membaik berpengaruh terhadap kinerja perusahaan *consumer goods*. Daya beli masyarakat juga mengalami kenaikan, sehingga hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Suku bunga yang relatif rendah yakni sebesar 4,5% serta iklim politik yang terbilang cukup stabil mendukung kinerja sektor *consumer goods*. Secara fundamental, sektor *consumer goods* masih solid, kinerja sektor banyak ditopang oleh kenaikan daya beli masyarakat yang berasal dari konsumsi belanja selama Ramadhan dan lebaran (Simamora, 2017).

Sedangkan pada tahun 2018 rata-rata nilai perusahaan sektor *consumer goods* mengalami penurunan. Pada akhir tahun 2018, sektor *consumer goods* tercatat oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai salah satu sektor yang melemah

sepanjang tahun yakni sebesar 10,21%. Pelemahan ini terjadi yang berasal dari penurunan saham berkapitalisasi besar. Beberapa hal yang menyebabkan sektor ini menurun antara lain persaingan antar perusahaan yang semakin ketat yang melibatkan baik merek lokal maupun impor (Yuliawan, 2018). Kemudian daya beli masyarakat melambat yang salah satunya diakibatkan oleh pergeseran produk pilihan konsumen yang beralih dari FMCG ke konsumsi lain seperti perjalanan dan internet sehingga semakin memperlambat pertumbuhan sektor *consumer goods*. Selain itu kenaikan suku bunga acuan yang tinggi yakni sebesar 6,0% serta pelemahan rupiah terhadap dollar menjadi Rp 14,250/Dollar juga turut menyebabkan kinerja sektor ini menurun.

Selanjutnya pada tahun 2019, rata-rata nilai perusahaan *consumer goods* mengalami peningkatan. Kementerian Perindustrian Indonesia memproyeksikan subsektor industri makanan dan minuman tumbuh 9,86%. Informasi ini merupakan informasi yang menggembirakan sebab hal ini dapat mempengaruhi meningkatnya permintaan terhadap perusahaan *consumer*.

Menurut *signalling theory* perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor (Brigham dan Houston, 2010). Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan (Kasmir, 2012). Profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sehingga kinerja perusahaan akan semakin baik di mata investor dan investor akan meresponnya sebagai sinyal positif yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Earning Per Share adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham terhadap setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2011). Nilai EPS yang semakin tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para pemegang saham sebab, laba yang disediakan perusahaan kepada pemegang saham akan semakin besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayem (2014), Irayanti dan Tumbel (2014) dan Chandra (2020) menyatakan bahwa variabel variabel profitabilitas yang diproksikan *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Le Ha dan Minh (2018) menjelaskan bahwa variabel EPS merupakan salah satu penentu utama dalam nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan, dkk (2016) dan Rakasiwi (2017) yang menyatakan bahwa variabel EPS berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan peningkatan nilai EPS justru akan menurunkan nilai perusahaan dan sebaliknya. Penelitian lain menyatakan EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Mindra dan Erawati, 2014).

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan laba atas ekuitas (Fahmi, 2011). Adanya kenaikan pada rasio ini menunjukkan terjadinya kenaikan pula pada laba bersih dari perusahaan. Selain itu, semakin tinggi nilai ROE menunjukkan keefisienan perusahaan dalam mengelola modal sendiri (Sudana, 2011). Hal tersebut dapat menarik investor, sebab investor percaya terhadap manajemen perusahaan dalam mengelola sumberdana pembiayaan secara efisien dalam menghasilkan profit.

Penelitian yang dilakukan oleh Sudiani dan Darmayanti (2016), Hermuningsih (2013) dan Hasibuan, dkk (2016) menyatakan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan oleh *return on equity* (ROE) berpengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan nilai ROE akan membuat nilai perusahaan semakin baik. Sedangkan Prasetyorini (2013), Listiadi (2015) dan Haryadi (2016) hanya menerangkan *return on equity* (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta Pasaribu, dkk (2019) yang menerangkan *return on equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga variabel profitabilitas yang diproksikan oleh *return on equity* (ROE) berpengaruh dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan Rahayu (2018) dan Sussanto (2013) yang menyatakan bahwa variabel ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adanya kenaikan atau penurunan nilai ROE tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Return on assets merupakan rasio yang melihat sejauh mana investasi yang ditanamkan mampu memberikan return sesuai yang diharapkan dimana investasi tersebut sama dengan aset perusahaan yang ditempatkan atau ditanamkan (Fahmi, 2011). *Return on Assets* (ROA) disebut juga rentabilitas ekonomis (Purwanti dan Nusastuti, 2020). Semakin tinggi ROA, menunjukkan semakin efektif manajemen dalam mengelola aset yang dimilikinya dalam menghasilkan keuntungan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2019), Mery (2017) dan Sucuahi (2016) menyatakan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh Utomo (2016), Hermuningsih (2013), Sabrin, et al., (2016) yang menyatakan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Adanya kenaikan nilai ROA akan berbanding lurus dengan meningkatnya nilai perusahaan di mata investor. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sussanto (2013) dan Putranto (2012) yang menyatakan variabel profitabilitas yang diproksikan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan nilai ROA justru membuat nilai perusahaan semakin baik dan sebaliknya. Sedangkan Rahayu (2014) menyatakan *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Harmono (2014) menjelaskan bahwa nilai perusahaan direfleksikan oleh harga sahamnya. Semakin banyak yang membeli saham, maka semakin mahal pula saham perusahaan itu. Semakin mahal harga saham, akan membuat nilai perusahaan semakin baik. Sehingga terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham, dimana tinggi rendahnya profitabilitas akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ayuningtyas dan Kurnia (2013) menjelaskan profitabilitas yang tinggi akan membuat harga saham dan nilai perusahaan meningkat.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang menunjukkan ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya, oleh karena itu penulis kembali melakukan penelitian dengan melakukan pembaharuan berjudul “**Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi (Study Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* Periode 2016-2019)**”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *Earning per Share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Return on Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *Return on Assets* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah harga saham dapat memoderasi hubungan *Earning per Share* terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah harga saham dapat memoderasi hubungan *Return on Equity* terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah harga saham dapat memoderasi hubungan *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Earning per Share* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Return on Equity* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga saham dalam memoderasi hubungan antara *Earning per Share* terhadap nilai perusahaan
5. Untuk mengetahui pengaruh harga saham dalam memoderasi hubungan antara *Return on Equity* terhadap nilai perusahaan
6. Untuk mengetahui pengaruh harga saham dalam memoderasi hubungan antara *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan sebagai berikut :

1. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, pemahaman serta mampu memberikan referensi terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan harga saham sebagai variabel moderasi.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti perusahaan-perusahaan sektor *consumer goods* berupa masukan maupun pertimbangan mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Putranto (2012) "*Effect Of Managerial Ownership And Profitability On Firm Value (Empirical Study On Food And Beverage Industrial Sector Company 2012 to 2015)*" menyatakan profitabilitas yang diwakili ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Prasetyorini (2013) berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Price Earning Ratio* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan" dengan nilai Tobin's Q sebagai indikator variabel dependen menunjukkan ukuran perusahaan, *price earning ratio*, dan profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hermuningsih (2013) "*Profitability, Growth Opportunity, Capital Structure and The Firm Value*". Hasil penelitian menerangkan profitabilitas, *growth opportunity* dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh dalam meningkatkan pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sussanto dan Carningsih (2013) "Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)" menyatakan ROA berpengaruh negatif dan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan proporsi komisaris independen tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

Mindra dan Erawati (2014), Pengaruh *Earning Per Share* (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus

Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011) menyatakan secara parsial variable profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel *Earning Per Share* dan Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Haryati dan Ayem (2014) “Pengaruh *Return On Assets*, *Debt To Equity Ratio*, dan *Earning PerShare* Terhadap Nilai Perusahaan” menerangkan ROA dan EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan DER tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya Irayanti dan Tumbel (2014) “Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di BEI” menerangkan DER, EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan NPM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rahayu dan Asandimitra (2014) “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Manufaktur” menerangkan ukuran perusahaan, leverage (DER) , profitabilitas (ROA) dan cash holding tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan kebijakan deviden (DPR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Listiadi (2015) melakukan penelitian “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Manifestasi Pembelajaran Investasi” dengan nilai Tobin’s Q sebagai indikator nilai perusahaan dan return on equity (ROE) sebagai indikator kinerja keuangan menyatakan kinerja keuangan (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kurniasari dan Warastuti (2015) “*The Relationship Between CSR and Profitability to Firm Value in Sri-Kehati Index*” menyatakan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh Sucuahi dan Cambarihan (2016) yang melakukan penelitian berjudul “*Influence of*

Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines” yang menyatakan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sudiani dan Darmayanti (2016) berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan” dengan menggunakan PBV sebagai indikator nilai perusahaan menerangkan profitabilitas (ROE) dan *investment opportunity set* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas (CR) dan pertumbuhan berpengaruh negatif tidak signifikan.

Haryadi (2016) “Pengaruh *Size* Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan” menyatakan ukuran perusahaan dan keputusan pendanaan (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas (ROE) dan keputusan investasi (MBVE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sabrin, dkk (2016) “*The Effect Profitability On Firm Value In Manufacturing Company At Indonesia Stock Exchange*” menyatakan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Utomo (2016) melakukan penelitian berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia” . Variabel independen yang digunakan yakni profitabilitas (ROA), leverage (DER), ukuran perusahaan dan CSR. Sedangkan *price to book value* (PBV) digunakan sebagai indikator variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasibuan, dkk (2016) “Pengaruh *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015)” menyatakan ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan EPS berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. atau tidak berpengaruh signifikan

Rakasiwi (2017) berjudul “Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, *Sales growth* dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 –2015” menyatakan Variabel EPS, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel sales growth berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan deviden berpengaruh positif signifikan.

Hamidah dan Umdiana (2017) “Pengaruh Profitabilitas Dan *Investment Opportunity Set* (IOS)” Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening” menyatakan profitabilitas dan *investment opportunity set* (IOS)” berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Profitabilitas dan *investment opportunity set* (IOS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Harga saham tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Harga saham tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas dan *investment opportunity set* (IOS) terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya Mery (2017) “Pengaruh Likuiditas, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014”. Penelitian ini menggunakan kebijakan deviden yang diproksikan oleh *dividend payout ratio* (DPR) sebagai variabel moderasi. Variabel independen yang digunakan yakni likuiditas (CR), *leverage* (DER) dan profitabilitas (ROA). Hasil penelitian menunjukkan likuiditas dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu kebijakan deviden mampu memoderasi pengaruh antara likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage yang dimoderasi oleh kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Fajaria dan Isnalita (2018), *The Effect Of Profitability, Liquidity, Leverage And Firm Growth Of Firm Value With Its Dividend Policy As A Moderating Variable*” menerangkan profitabilitas dan *firm growth* berpengaruh dalam

meningkatkan nilai perusahaan. Likuiditas dan leverage yang tinggi dapat menurunkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan membagikan deviden yang tinggi pula. Kebijakan deviden dapat menekan tingkat likuiditas dan leverage yang tinggi sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun kebijakan deviden tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan ketika pertumbuhan tinggi.

Pioh, dkk (2018) “Pengaruh *Debt To Equity Ratio*, *Earning Per Share* Dan *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sector *Food And Beverages* Di Bursa Efek Indonesia” menyatakan secara parsial *Debt to Equity Ratio* dan *Return On Assets* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Earning Per Share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara bersama-sama ketiga variabel independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Rahayu dan Sari (2018) “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan” menyatakan leverage (DAR) dan Size berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Le Ha dan Minh (2018) “*Determinants Of Firm Value In Vietnam : A Research Framework*” menerangkan bahwa ukuran perusahaan, struktur modal, *Earning per Share* (EPS), profitabilitas (ROA) dan likuiditas (CR) adalah penentu utama nilai perusahaan.

Kurniawan dan Asmara (2019) “*The Effect of Profitability, Debt Policy, and Dividend Policy on Company Value*” menyatakan profitabilitas yang diwakili oleh *return on asset* (ROA) dan kebijakan deviden yang diwakili oleh *dividend payout ratio* (DPR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan hutang yang diwakili *debt equity ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pasaribu, dkk (2019) berjudul “*An Empirical Analysis Of Internal And External Factors Of Firm Value*” menyatakan faktor internal *debt equity ratio* (DER), *Asset Growth* dan *return on equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu faktor eksternal yaitu Inflasi dan GDP juga

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai tukar berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Husna dan Satria (2019) “*Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value*” menyatakan *Return on Asset*, *firm size*, berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Debt to Asset Ratio* dan *Dividend Payout Ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sunardi dan Permana (2019) berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan” menyatakan secara parsial *Return on Asset* (ROA) dan inflasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham. Selanjutnya secara parsial *Return on Asset* (ROA) dan inflasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Harga saham berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sugosha dan artani (2020) “*The Role of Profitability in Mediating Company Ownership Structure and Size of Firm Value in the Pharmaceutical Industry on the Indonesia Stock Exchange*” menyatakan profitabilitas yang diwakili *return on equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Saria dan Sedana (2020) melakukan penelitian berjudul “*Profitability and Liquidity on Firm Value and Capital Structure as Intervening Variable*”. Penelitian ini menggunakan struktur modal sebagai variabel intervening. Hasil penelitian menerangkan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Selanjutnya struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal mampu memediasi pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Chandra, dkk (2020) “Pengaruh *Earning Per Share*, Kebijakan Dividen, Arus Kas, Leverage Dan *Return On Assets* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia” menyatakan *Earning Per Share*, *Dividend Payout Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Price To Book Value* sedangkan Arus Kas tidak berpengaruh dan signifikan.

Tabel 2.1

Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Panji Putranto (2012), <i>Effect Of Managerial Ownership And Profitability On Firm Value (Empirical Study On Food And Beverage Industrial Sector Company 2012 to 2015)</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : profitabilitas (ROA), dan kepemilikan saham manajerial	Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS	Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Bhekti Fitri Prasetyorini (2013), Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , <i>Price Earning Ratio</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : ukuran perusahaan, leverage (DER), price earning ratio dan profitabilitas (ROE).	Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan SPSS.	Variabel ukuran perusahaan, price earning ratio, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Variabel leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3.	Hermuningsih (2013), <i>Profitability, Growth Opportunity, Capital Structure and The Firm Value</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel	Metode pendekatan yang digunakan adalah <i>Structural Equatiom</i>	Profitabilitas, <i>growth opportunity</i> dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap

		independent : Profitabilitas (ROA dan ROE), Growth Opportunity (IOE, PE, INVOS, MTBE, MTBA) Variabel Moderasi : Struktur Modal	<i>Modelling</i> (SEM) menggunakan bentuk <i>path analysis</i> .	nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh dalam meningkatkan pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan
4.	Herry Sussanto dan Carningsih (2013), Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : Kinerja Keuangan (ROA dan ROE) Variabel moderasi : GCG (proporsi komisaris independent),	Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	ROA berpengaruh negatif dan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan proporsi komisaris independen tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.
5.	Fitri Dwi Rahayu dan Nadia Asandimitra (2014), Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Manufaktur	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : ukuran Perusahaan, Leverage (DER), Profitabilitas (ROA), Kebijakan Deviden (DPR), Cash Holding	Analisis data menggunakan regresi berganda dengan software SPSS.	Ukuran perusahaan, leverage (DER), profitabilitas (ROA) dan cash holding tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan kebijakan deviden (DPR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6.	Winur Haryati dan Sri Ayem (2014), Pengaruh Return On Assets, Debt To Equity Ratio, dan	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel	Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.	ROA dan EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan DER tidak

	Earning PerShare Terhadap Nilai Perusahaan	independent : ROA, DER, EPS		berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
7.	Desi Irayanti dan Altje L. Tumbel (2014), Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di BEI	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : DER, EPS, NPM	Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.	DER, EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan NPM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
8.	Sukma Mindra dan Teguh Erawati (2014), Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011)	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent :EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas (ROE) dan Leverage (DR).	Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Secara parsial Variable Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel Earning Per Share dan Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara simultan diperoleh hasil bahwa semua variabel independen yaitu Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROE), Dan Leverage (DR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9.	Widuri Kurniasari dan Yusni Warastuti (2015), <i>The Relationship Between CSR and Profitability to Firm Value in Sri-Kehati Index</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (Market to Book Value) Variabel independent : CSR dan	Analisis data menggunakan regresi berganda.	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

		profitabilitas (ROA)		
10.	Agung Listiadi (2015), Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Manifestasi Pembelajaran Investasi	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : ROE	Analisis data menggunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS.	Kinerja keuangan (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
11.	Ni Kadek Ayu Sudiani Dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016), Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan <i>Investment Opportunity Set</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependent : Nilai Perusahaan (PBV) Variabel independent : Profitabilitas (ROE), Likuiditas (CR), Pertumbuhan (<i>Growth</i>) dan <i>Investment Opportunity Set</i> (rasio nilai buku ekuitas).	Analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linear berganda dengan software SPSS.	Profitabilitas (ROE) dan <i>investment opportunity set</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas (CR) dan pertumbuhan berpengaruh negatif tidak signifikan.
12.	William Sucuahi & Jay Mark Cambarihan (2016), <i>Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : profitabilitas (ROA) dan umur perusahaan	Analisis data menggunakan regresi berganda.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
13.	Entis Haryadi (2016), Pengaruh <i>Size</i> Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependent : Nilai Perusahaan (PBV) Variabel independent: ukuran perusahaan,	Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Ukuran perusahaan dan keputusan pendanaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan Keputusan Investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

		keputusan pendanaan (DER), profitabilitas (ROE), Keputusan Investasi (MBVE).		
14.	Nanang Ari Utomo (2016), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : profitabilitas (ROA), Leverage (DER), Ukuran perusahaan, CSR	Analisis data menggunakan analasi regresi.	Profitabilitas dan leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Ukuran perusahaan dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
15.	Veronica Hasibuan, Moch Dzulkirom dan N G Wi Endang NP (2016), Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015)	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : Leverage (DER dan DR), Profitabilitas (ROE dan EPS),	Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, T-test dan F-test.	DER berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. DR dan ROE berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. EPS berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. atau tidak berpengaruh signifikan
16.	Sabrin, dkk (2016), <i>The Effect Profitability On Firm Value In Manufacturing Company At Indonesia Stock Exchange</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : profitabilitas (ROA)	Analisis data yang digunakan adalah <i>path analysis</i> dengan bantuan software smartPLS.	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
17.	Faradila Wily Rakasiwi, Ari	Variabel dependent : nilai	Analisis data dengan analisis	Variabel EPS, ukuran perusahaan,

	Pranaditya, dan Rita Andini (2017), Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales growth dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 –2015	perusahaan Variabel independent : Earning per Share (EPS) , Ukuran Perusahaan , Profitabilitas, Leverage, SalesGrowth, dan Kebijakan Dividen	regresi sederhana menggunakan <i>software</i> SPSS.	profitabilitas dan leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel sales growth berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan deviden berpengaruh positif signifikan.
18.	Ghina Hamidah Dan Nana Umdiana (2017), Pengaruh Profitabilitas Dan Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : profitabilitas (ROI), investment opportunity set (PER) Variabel intervening : harga saham	Analisis data menggunakan <i>path analysis</i> dengan bantuan <i>software</i> SPSS.	Profitabilitas dan investment opportunity set (IOS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Profitabilitas dan investment opportunity set (IOS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Harga saham tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Harga saham tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas dan investment opportunity set (IOS) terhadap nilai perusahaan.
19.	Kiki Noviem Mery (2017), Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : Likuiditas (CR), Leverage (DER),	Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan <i>software</i> SPSS.	Likuiditas dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas dan

	Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014	Profitabilitas (ROA) Variabel Moderasi : Kebijakan deviden (DPR),		profitabilitas yang dimoderasi oleh kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage yang dimoderasi oleh kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
20.	Maryati Rahayu dan Bida Sari (2018), Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : Leverage (DAR), Size, Profitabilitas (ROE), Manajemen Laba	Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS.	Leverage (DAR) dan Size berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
21.	Nguyen Tu Le Ha dan Bui Trieu Minh (2018), Determinants Of Firm Value In Vietnam : A Research Framework	Variabel dependent : nilai perusahaan (harga saham) Variabel independent : ukuran perusahaan, likuiditas (CR), struktur modal (DER), EPS, Profitabilitas (ROA)	Analisis data menggunakan analisis regresi.	Ukuran perusahaan, struktur modal, Earning per Share, profitabilitas dan likuiditas adalah penentu utama nilai perusahaan.
22.	Hizkia T. Pioh, Parengkuan Tommy dan Jantje L. Sepang (2018), Pengaruh <i>Debt To Equity Ratio, Earning Per Share Dan Return</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : DER, EPS dan	Analisis data menggunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS.	Secara parsial <i>Debt to Equity Ratio</i> dan <i>Return On Assets</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Earning Per Share</i> berpengaruh

	<i>On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sector Food And Beverages Di Bursa Efek Indonesia</i>	ROA		positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Secara bersama-sama ketiga variabel independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan
23.	Ardina Zahrah Fajaria dan Isnalita (2018), <i>The Effect Of Profitability, Liquidity, Leverage And Firm Growth Of Firm Value With Its Dividend Policy As A Moderating Variable</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel Independent : profitabilitas (ROE), likuiditas (CR), leverage (DER), pertumbuhan perusahaan Variabel moderasi : kebijakan deviden Variabel kontrol : <i>firm size</i>	Analisis data terdiri dari tahap : statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas), uji t, analisis regresi moderasi (MRA) dan koefisien determinasi.	Profitabilitas dan <i>firm growth</i> berpengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan. Likuiditas dan leverage yang tinggi dapat menurunkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan Profitabilitas tinggi akan membagikan deviden yang tinggi pula. Kebijakan deviden dapat menekan tingkat likuiditas dan leverage yang tinggi sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun kebijakan deviden tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan ketika pertumbuhan tinggi.
24.	Ungkap Rejeki Pasaribu, Nunung Nuryartono Dan Trias Andati (2019), <i>An Empirical Analysis Of Internal And External Factors Of Firm Value</i>	Variabel dependent : Nilai Perusahaan (PBV) Variabel independent : Internal (DER, Asset Growth, ROE), Eksternal (Inflasi, Nilai tukar, PDB)	Analisis data menggunakan regresi data panel dengan bantuan software <i>Pooled Least Square</i> (PLS).	DER, Asset Growth dan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Inflasi dan GDP berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

25.	I Gede Eka Kurniawan dan I Nyoman Wijana Asmara (2019), <i>The Effect of Profitability, Debt Policy, and Dividend Policy on Company Value</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (Tobin's Q) Variabel independent : profitabilitas (ROA), kebijakan hutang (DER), kebijakan deviden (DPR)	Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.	Profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
26.	Asmaul Husna dan Ibnu Satria (2019), <i>Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : ROA, DAR, CR, Ukuran Perusahaan dan DPR	Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	<i>Return on Asset, firm size</i> , berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>Debt to Asset Ratio</i> dan <i>Dividend Payout Ratio</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
27.	Nardi Sunardi Dan R. Dewangga Indra Permana (2019), <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan</i>	Variabel dependent : harga saham dan nilai perusahaan Variabel independent : ROA dan inflasi	Analisis data menggunakan analisis regresi data panel.	Secara parsial Return on Asset (ROA) dan inflasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham. Secara Simultan Return on Asset (ROA) dan Inflasi (INF) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap harga saham. Secara parsial Return on Asset (ROA) dan inflasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Harga saham berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara Simultan,

				Return on Asset (ROA), Inflasi (INF) dan harga saham berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
28.	Denny Kurnia (2019), Profitabilitas, Kebijakan Deviden dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : Profitabilitas (ROI), Kebijakan deviden (DPR) dan Harga saham.	Analisis data meliputi statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan regresi dengan bantuan software SPSS.	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan harga saham berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
29.	Ida Ayu Gede Dika Martami Saria dan Ida Bagus Panji Sedana (2020), <i>Profitability and Liquidity on Firm Value and Capital Structure as Intervening Variable</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan Variabel Independent : profitabilitas (ROA), likuiditas (DER) Variabel moderasi : struktur modal	Analisis data menggunakan <i>path analysis</i> .	Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal. Selanjutnya struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal mampu memediasi pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

30.	Made Jelita Sugosha dan Luh Gede Sri Artani (2020), <i>The Role of Profitability in Mediating Company Ownership Structure and Size of Firm Value in the Pharmaceutical Industry on the Indonesia Stock Exchange</i>	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : profitabilitas (ROE)	Analisis data menggunakan <i>path analysis</i> menggunakan regresi dengan aplikasi SPSS.	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
31.	Angelin Chandra, Arie Pratania Putri, Leoni Angela, Henny Puspita, Felicia Aurny, Faby Clariesta, Jingga (2020), Pengaruh Earning Per Share, Kebijakan Dividen, Arus Kas, Leverage Dan Return On Assets Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia	Variabel dependent : nilai perusahaan (PBV) Variabel independent : EPS, Kebijakan Dividen (DPR), Arus Kas, Leverage (DER), dan ROA	Analisis data menggunakan regresi linear berganda.	Earning Per Share, Dividend Payout Ratio, Debt To Equity Ratio, Return On Assets berpengaruh positif dan signifikan terhadap Price To Book Value sedangkan Arus Kas tidak berpengaruh dan signifikan.

sumber : data dibuat peneliti (2021)

2.1.1 Persamaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Putranto (2012), Hermuningsih (2013), Prasetyorini (2013), Mindra dan Erawati (2014), Rahayu (2014), Kurniasari dan Warastuti (2015), Sabrin, et al (2016), Hasibuan, dkk (2016), Sucuahi (2016), Sudiani dan Darmayanti (2016), Haryadi (2016), Utomo (2016), Hamidah dan Umdiana (2017), Rakasiwi (2017), Mery (2017), Fajaria dan Isnalita (2018), Le Ha (2018), Rahayu dan Sari (2018),

Husna (2019), Kurniawan dan Asmara (2019), Kurnia (2019), Pasaribu, dkk (2019), Sugosha dan Artani (2020), serta Saria dan Sedana (2020). Pada penelitian ini, peneliti kembali menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini memiliki kesamaan objek dengan penelitian terdahulu oleh Sudiani dan Darmayanti (2016) yang melakukan penelitian pada industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

Penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu mengenai variabel profitabilitas yang diukur dengan *return on equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Prasetyorini (2013), Mindra dan Erawati (2014), Sudiani dan Darmayanti (2016), Haryadi (2016), Rahayu dan Sari (2018), Fajaria dan Isnalita (2018), serta Sugosha dan Artani (2020). Sedangkan penelitian sebelumnya mengenai variabel profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Putranto (2012), Hermuningsih (2013), Rahayu (2014), Warastuti (2015), Sucuahi (2016), Utomo (2016), Sabrin, et al (2016), Mery (2017), Le Ha (2018), Husna (2019), Kurniawan dan Asmara (2019), Kurniasari dan Sugosha dan Artani (2020). Serta penelitian sebelumnya mengenai variabel profitabilitas yang diukur dengan *earning per share* (EPS) terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh Haryati dan Ayem (2014), Irayanti dan Tumbel (2014), Hasibuan, dkk (2016). Penelitian lain pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap nilai perusahaan juga dilakukan Rakasiwi (2017). Pada penelitian ini, peneliti mengkolaborasikan indikator variabel profitabilitas yakni *earning per share* (EPS), *return on equity* (ROE) dan *return on assets* (ROA).

2.1.2 Perbedaan Penelitian

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamidah dan Umdiana (2017) dimana harga saham digunakan sebagai variabel intervening yang mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Saria dan Sedana (2020) menggunakan struktur modal sebagai variabel intervening yang mempengaruhi hubungan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Mery (2017), Fajaria dan Isnalita (2018)

menggunakan kebijakan deviden sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sunardi dan Permana (2019) meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Kurnia (2019) meneliti pengaruh profitabilitas, kebijakan deviden dan harga saham terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan harga saham sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan objek penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu Putranto (2012), Irayanti dan Tumbel (2014), Rakasiwi (2017), Pioh, dkk (2018) yang mengambil objek penelitian di industri makanan dan minuman di BEI. Haryadi (2016) melakukan penelitian pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI. Prasetyorini (2013) mengambil objek penelitian pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI. Sussanto dan Carningsih (2013), Hasibuan, dkk (2016), Pasaribu, dkk (2019) Chandra, dkk (2020) mengambil objek penelitian pada perusahaan sektor *property and real estate* yang terdaftar di BEI. Rahayu dan Asandimitra (2014), Mindra dan Erawati (2014), Sabrin, et al (2016), Hamidah dan Umdiana (2017), Fajaria dan Isnalita (2018), Husna dan Satria (2019) mengambil objek penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Mery (2017), Kurniawan dan Asmara (2019), Sunardi dan Permana (2019) mengambil objek penelitian pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Sugosha dan Artani (2020) mengambil objek penelitian pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI. Saria dan Sedana (2020) mengambil objek penelitian pada subsektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di BEI. Kurniasari dan Warastuti (2015) melakukan penelitian nilai perusahaan pada indeks Sri Kehati. Sedangkan Sucuahi dan Cambarihan (2016) melakukan penelitian pada perusahaan di Filipina. Hermuningsih (2013), Utomo (2016), Rahayu dan Sari (2018) melakukan penelitian pada perusahaan LQ 45. Le Ha dan Minh (2018) melakukan penelitian pada perusahaan di Vietnam.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Signalling theory dikembangkan oleh Ross (1977). Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi yang lebih baik terkait perusahaannya akan terdorong menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat (Mariani dan Suryani, 2018). Pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama terkait prospek dan risiko perusahaan. Sehingga disini terjadi asimetri informasi. Dalam kenyataannya, para manajer lebih banyak memiliki informasi terkait perusahaan daripada pihak luar seperti investor dan kreditur. *Signalling theory* didasarkan pada pemikiran dimana manajemen akan memberikan sinyal berupa informasi yang baik seperti peningkatan nilai perusahaan kepada investor atau pemegang saham. Namun investor tidak dapat meyakini sinyal tersebut sebab manajer merupakan *interest parti* (pemangku kepentingan).

Menurut Thiono (2006) dalam Serang dan Pontoh (2011), *signalling theory* menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai motivasi untuk memberikan informasi terkait laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut dilakukan untuk mengurangi asimetri informasi antara pihak internal dengan pihak eksternal. Kurangnya informasi pihak eksternal membuat mereka melindungi diri sehingga memberikan nilai rendah terhadap perusahaan. Oleh sebab itu manajemen akan memberikan sinyal kepada pihak eksternal berupa informasi yang dapat dipercaya sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut *signalling theory* perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor (Brigham dan Houston, 2010). *Signalling theory* menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat mempengaruhi investor dalam meningkatkan permintaan saham. Meningkatnya profitabilitas menunjukkan kinerja manajemen yang semakin baik, sehingga keuntungan yang akan diperoleh oleh pemegang saham juga semakin

besar. Perusahaan yang profitable akan disukai oleh para investor sehingga akan semakin banyak yang membeli saham perusahaan tersebut. Apabila semakin banyak investor yang menginginkan saham perusahaan tersebut, hal ini akan menyebabkan harga saham menjadi semakin naik.

Pada saat informasi itu diumumkan kemudian para investor sudah menerima informasi tersebut, maka mereka akan menginterpretasikan informasi tersebut apakah sebagai *good news* (berita baik) atau *bad news* (berita buruk). Jika informasi tersebut merupakan *good news* (berita baik) maka akan terjadi perubahan berupa peningkatan volume perdagangan saham. Informasi tersebut diinterpretasikan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa depan sehingga investor tertarik untuk melakukan perdagangan saham. Dengan demikian akan terjadi pasar modal yang efisien. Pasar modal efisien terjadi dimana harga-harga sekuritas mencerminkan semua informasi yang relevan (Jogiyanto, 2000).

Sebagai seorang muslim, dalam memberikan informasi kita harus memperhatikan beberapa hal seperti *Qashash/ Naba al-Haq*. Informasi yang disampaikan haruslah menggambarkan kisah, berita dan informasi yang benar. Terutama yang berhubungan dengan informasi yang disampaikan. Al-Qur'an telah menggambarkan karakteristik informasi yang benar yakni informasi yang tidak menyembunyikan kebenaran yang perlu diketahui masyarakat serta informasi yang disampaikan tidak memihak salah satu pihak sehingga harus adil.

Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 146:

الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْرِفُونَهُ كَمَا يَعْرِفُونَ أَبْنَاءَهُمْ وَإِنَّ فَرِيقًا مِّنْهُمْ لَيَكْتُمُونَ الْحَقَّ وَهُمْ يَعْلَمُونَ

Artinya: *Orang-orang (Yahudi dan Nasrani) yang telah Kami beri Al Kitab (Taurat dan Injil) mengenal Muhammad seperti mereka mengenal anak-anaknya sendiri. Dan sesungguhnya sebahagian di antara mereka menyembunyikan kebenaran, padahal mereka mengetahui.*

Allah Subhaanahu Wa Ta'ala mengabarkan bahwa ahli kitab telah yakin dan mengetahui bahwa Muhammad adalah seorang Rasul dan apa yang beliau bawa adalah benar. Mereka meyakiniya sebagaimana mereka meyakini anak-

anak mereka sendiri dan mereka bisa membedakannya dengan yang lain. Oleh karena itu, pengetahuan mereka telah sampai kepada tingkatan yakin yang tidak dimasuki keraguan, akan tetapi kebanyakan mereka kafir kepada beliau, menyembunyikan persaksian tersebut padahal mereka mengetahuinya. Dalam ayat di atas, terdapat hiburan bagi Rasul dan kaum mukmin serta mengingatkan mereka untuk berhati-hati terhadap tindakan jahat orang-orang ahli kitab dan syubhat mereka.

2.2.2 Nilai Perusahaan

2.2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu hal yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan. Menurut Sintyana dan Artini (2019) semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham suatu perusahaan. Oleh karena itu nilai perusahaan sangat penting bagi seorang investor. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan saja tapi juga percaya prospek perusahaan di masa mendatang.

Husnan (2012) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai “harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan nantinya dijual”. Sudana (2011) juga mengemukakan pendapatnya mengenai nilai perusahaan yakni “nilai sekarang dari kas pendapatan atau kas yang diharapkan akan diterima pada masa yang akan datang”

Pengertian nilai perusahaan menurut Sartono (2010) yakni

“... nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual di atas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu”.

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang direfleksikan oleh harga saham yang terbentuk dari penawaran dan permintaan di pasar modal yang

mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2014). Secara singkat, nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya.

Dari beberapa pengertian yang telah disebutkan di atas dapat diketahui nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai perusahaan dimana pada perusahaan yang telah go public nilai ini tercermin dari harga sahamnya, sedangkan pada perusahaan yang belum go public nilai ini diperoleh dari harga apabila perusahaan nantinya dijual.

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu prestasi bagi perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu menunjukkan kinerja terbaiknya. Hal tersebut sesuai dengan keinginan para pemegang saham dimana meningkatnya nilai perusahaan akan membuat kesejahteraan pemegang saham juga meningkat.

2.2.2.2 Tujuan Nilai Perusahaan

Brigham dan Houston (2010) mengemukakan pendapat bahwa tujuan utama perusahaan yakni memaksimalkan nilai perusahaan dimana hal ini digunakan dalam mengukur keberhasilan perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan mengindikasikan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham yang juga semakin baik.

Sudana (2011) menjelaskan tujuan dari perusahaan yang tidak lain:

“... memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan pemegang saham dimana pada perusahaan yang telah go public hal ini tercermin dari harga sahamnya di pasar modal”.

Tiga tujuan didirikannya perusahaan menurut Martono dan Harjito (2005) yakni untuk :

- a. Mencapai keuntungan yang maksimal
- b. Memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham

- c. Memaksimalkan nilai perusahaan

2.2.2.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Weston dan Copeland (2008) nilai perusahaan dapat diukur dengan *price to book value* (PBV). Brigham dan Houston (2010) menjelaskan *price to book value* (PBV) sebagai “rasio yang mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. *Price to book value* digunakan untuk mengukur nilai perusahaan”.

Darmadji dan Fakruddin (2012) mendefinisikan rasio *price to book value* (PBV) “sebagai seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu saham”. Nilai *price to book value* (PBV) yang tinggi merefleksikan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku perlembar saham (Harmono, 2014). Perusahaan dengan kinerja yang baik, pada umumnya memiliki nilai PBV di atas satu (Husnan dan Pudjiastuti, 2012) yang menunjukkan nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar nilai PBV, semakin besar pula kesejahteraan yang akan didapatkan oleh pemegang saham. Perusahaan yang mempunyai nilai rasio PBV yang tinggi dapat dikatakan telah mencapai tujuannya yakni memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Menurut Damodaran (2001) dalam (Hidayati, 2010) *Price to Book Value* (PBV) mempunyai beberapa keunggulan sebagai berikut :

- 1) Nilai buku mempunyai ukuran intuitif yang relatif stabil yang dapat diperbandingkan dengan harga pasar. Investor yang kurang percaya dengan metode *discounted cash flow* dapat menggunakan *price to book value* sebagai perbandingan.
- 2) Nilai buku memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan PBV dapat diperbandingkan antara perusahaan – perusahaan yang sama sebagai petunjuk adanya *under* atau *overvaluation*.

- 3) Perusahaan – perusahaan dengan earning negatif, yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan price earning ratio dapat dievaluasi menggunakan price to book value (PBV).

2.2.2.4 Nilai Perusahaan dalam Konsep Islam

Islam menganjurkan kepada umatnya untuk mencari penghidupan sebanyak mungkin demi kesejahteraan hidupnya di dunia. Allah berfirman dalam QS. Al-Qashash ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.

Ayat ini memberikan nasihat bahwasanya kita boleh berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh kebahagiaan dan kesejahteraan dunia dengan cara yang dibenarkan Allah. Namun, hal itu tidak boleh membuat dirinya lupa akan tujuan sebenarnya manusia di dunia yakni untuk beribadah kepada Allah. Oleh karena itu, sudah seharusnya segala hal yang kita lakukan di dunia haruslah berorientasi kepada akhirat.

Dalam Al-Qur'an, salah satu komponen dasar yang dapat menguntungkan bisnis yakni investasi yang prospektif karena kekayaan Allah tanpa batas dan tidak akan habis. Untuk itu menentukan pilihan terbaik untuk mencari dan memperoleh keuntungan yang Allah janjikan dengan mengambil kesempatan-kesempatan yang ada. Di dalam Al-Qur'an rahmat Allah digambarkan sebagai sesuatu yang lebih baik dari segala kenikmatan yang ada di dunia. Jika mardhatillah (mencari keridhaan Allah) menempati prioritas paling puncak, tentu saja investasi untuk mencapai itu menjadi investasi terbaik atau prospektif dari segala jenis investasi lainnya.

Allah berfirman dalam QS. Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeqi-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Ayat di atas mengandung arti mengenai dorongan kepada kita untuk mencari rizqi dan bekerja, serta mencari nikmat-nikmat Allah yang telah disediakan dan memanfaatkannya. Namun, ada hal yang perlu diingat bahwasanya kita akan kembali kepada-Nya.

Allah juga berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 18 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Ayat di atas menjelaskan mengenai investasi akhirat kita. Sebagai orang beriman, hendaknya kita memperhatikan apa yang kita perbuat. Sebab, hal ini nantinya akan menjadi bekal kita untuk menghadapi kehidupan esok di akhirat. Sehingga kita harus selalu menyiapkan amalan apa saja, sebab Allah mengetahui dan membalas sesuatu yang kita kerjakan selama di dunia,

2.2.3 Profitabilitas

2.2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Pada dasarnya tujuan utama perusahaan adalah mendapatkan laba yang besar dari kegiatan operasinya. Begitu pula dengan investor, yang tujuan investasinya adalah memperoleh keuntungan maksimal dari dana yang ditanamkannya. Profitabilitas merupakan suatu cara untuk menilai seberapa besar pengembalian yang akan didapatkan dari investasi. Apabila perusahaan mempunyai profitabilitas yang cukup menjanjikan di masa kini maupun di masa depan, maka investor akan menanamkan dananya dan membeli saham perusahaan tersebut.

Rasio profitabilitas menurut Sartono (2010) yaitu rasio yang menunjukkan “kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan

penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”. Sehingga analisis rasio profitabilitas merupakan rasio yang penting bagi investor untuk jangka panjang.

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan” (Kasmir, 2012). Rasio profitabilitas memberikan ukuran tingkat efektivitas pada manajemen perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba atau keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi” (Kasmir, 2012).

Brigham dan Houston (2010) menjelaskan rasio profitabilitas sebagai rasio yang merefleksikan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Dari beberapa pengertian yang telah disampaikan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan aset-aset yang dimilikinya.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang krusial bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan usahanya serta akan mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu mengelola perusahaan dengan baik, maka dapat menggunakan biaya seefisien mungkin untuk menghasilkan keuntungan maksimal yang diinginkan perusahaan.

2.2.3.2 Tujuan Profitabilitas

Rasio profitabilitas tidak hanya bertujuan dan bermanfaat bagi pihak internal perusahaan saja, melainkan bagi pihak luar yang juga memiliki hubungan serta berkepentingan terhadap perusahaan. Tujuan dan manfaat menggunakan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2012) di antaranya untuk :

1. Menghitung keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Mengetahui dan menilai posisi laba perusahaan pada tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui dan menilai perkembangan laba dari tahun ke tahun.

4. Mengetahui dan menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui dan mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal yang berasal dari pinjaman, maupun modal perusahaan sendiri.

Terdapat beberapa jenis rasio yang mengukur profitabilitas diantaranya :

1) *Earning per Share* (EPS)

Pengertian *earning per share* menurut Fahmi (2011) adalah bentuk pemeberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham terhadap setiap lembar saham yang dimiliki” Sedangkan menurut Kasmir (2012) *Earning per Share* adalah “rasio yang mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi para pemegang saham”. *Earning per share* merupakan laba bersih yang siap dibagikan kepada para pemegang saham dengan jumlah lembar saham perusahaan” (Tandelilin, 2010)

Dari pengertian yang telah dijelaskan oleh beberapa ahli di atas dapat diketahui *earning per share* adalah bentuk pemberian keuntungan yang dibagikan kepada para pemegang saham terhadap lembar saham yang dimiliki. Marfuatun (2012) dalam Ramdhani dan Setyanusa (2013) menjelaskan semakin tinggi nilai EPS perusahaan, maka semakin tinggi pula eraning yang akan diterima para pemegang saham

Earning per share merupakan salah satu jenis rasio yang sering digunakan investor dalam menganalisis perusahaan (Tandelilin, 2010) Hal ini disebabkan oleh tiga alasan yakni :

1. Laba per saham dapat digunakan untuk mengestimasi nilai intrinsik saham
2. Dividen yang dibayarkan perusahaan pada dasarnya berasal dari *earning*.
3. Terdapat hubungan antara perubahan *earning* dengan harga saham.

Weston dan Brigham (2001) dalam Yunianti dan Hendaryan (2017) menyebutkan faktor-faktor yang menyebabkan kenaikan dan penurunan nilai *earning per share* (EPS). Faktor-faktor penyebab kenaikan tersebut yaitu :

1. laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar tetap.
2. laba bersih tetap dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
3. laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
4. presentase kenaikan laba bersih lebih besar daripada presentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar.
5. presentase jumlah penurunan lembar saham biasa yang beredar lebih besar daripada presentase penurunan laba bersih.

Sedangkan faktor-faktor yang menyebabkan penurunan nilai *earning per share* (EPS) yaitu :

1. laba bersih tetap dan jumlah lembar saham biasa yang beredar naik.
2. laba bersih turun dan jumlah lembar saham biasa yang beredar tetap.
3. laba bersih turun dan jumlah lembar saham biasa yang beredar naik.
4. presentase penurunan laba bersih lebih besar daripada presentase penurunan jumlah lembar saham biasa yang beredar.
5. presentase jumlah kenaikan lembar saham biasa yang beredar lebih besar daripada presentase kenaikan laba bersih.

Dalam perdagangan saham, faktor yang sangat berpengaruh adalah *earning per share* (Fahmi, 2011). *Earning per share* (EPS) merupakan salah satu rasio keuangan yang berfungsi menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Investor akan mempertimbangkan pertumbuhan *earning per share* dalam melakukan investasi. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan tingkat pengembalian

yang tinggi pula dengan kata lain perusahaan telah mampu menyejahterakan pemegang sahamnya yang akan membuat nilai perusahaan meningkat.

2) *Return on Equity* (ROE)

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan laba atas ekuitas (Fahmi, 2011). Selanjutnya Kasmir (2012:204) menjelaskan *return on equity* adalah rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. “ROE merupakan rasio bersih terhadap ekuitas biasa yang berfungsi untuk mengukur tingkat pengembalian investasi dari pemegang saham biasa” (Brigham dan Houston, 2010).

Dari penjelasan yang telah dikemukakan oleh para ahli di atas dapat diketahui bahwa *return on equity* (ROE) adalah suatu rasio profitabilitas yang menunjukkan pengembalian yang akan diterima atas penggunaan modal (ekuitas). Fahmi (2012) menerangkan *return on equity* sebagai suatu rasio perhitungan yang penting, dimana nilai *return on equity* yang tinggi dan secara konsisten bertahan mengindikasikan bahwa :

1. Perusahaan mempunyai keunggulan yang tahan lama dalam persaingan
2. Investasi yang kita lakukan dalam bentuk modal para pemegang saham akan tumbuh pada suatu tingkat pertumbuhan tahunan yang tinggi, dimana hal ini akan mengarahkan harga saham yang tinggi di masa depan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *return on equity* (ROE) menurut Tandelilin (2010) ada tiga yaitu :

1. Margin Laba bersih / *Profit Margin*, yakni besarnya laba yang dinyatakan dalam bentuk prosentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit margin* mengukur tingkat keuntungan perusahaan terhadap penjualan.

2. Perputaran Total Aktiva / *Turn Over* dari *Operating Assets*, yakni jumlah aktiva yang digunakan dalam operasi perusahaan dengan jumlah penjualan yang diperoleh selama satu periode.
 3. Rasio Hutang / *Debt Ratio*, yakni rasio yang menghitung antara kewajiban yang dimiliki dengan total kekayaan yang dimiliki.
- 3) *Return on Assets* (ROA)

Menurut Fahmi (2011), *return on assets* merupakan rasio yang melihat sejauh mana investasi yang ditanamkan mampu memberikan return sesuai yang diharapkan dimana investasi tersebut sama dengan aset perusahaan yang ditempatkan atau ditanamkan. Selanjutnya Kasmir (2012:201) menjelaskan *return on assets* (ROA) menunjukkan hasil pengembalian (return) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan.

Return on asset merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan perbandingan laba bersih dengan total aset yang dimiliki perusahaan (Brigham dan Houston, 2010). Tandelilin (2010) mengemukakan pengertian serupa yakni *return on asset* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan.

Dari beberapa pengertian para ahli di atas dapat diketahui *return on assets* (ROA) adalah rasio yang mengukur pengembalian (return) atas jumlah aktiva/ assets yang digunakan perusahaan.

Kasmir (2012) menjelaskan dua hal yang mempengaruhi *return on assets* (ROA) :

“Hasil pengembalian atas investasi atau yang disebut sebagai *return on assets* (ROA) dipengaruhi oleh margin laba bersih dan perputaran total aktiva karena apabila nilai ROA rendah yang disebabkan rendahnya margin laba bersih yang diakibatkan oleh rendahnya perputaran total aktiva”.

Selanjutnya Munawir (2007) juga menjelaskan dua faktor yang mempengaruhi *return on assets* (ROA) yaitu :

1. *Turn over* dari *operating assets*, yakni tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi.
2. *Profit margin*, yakni besarnya keuntungan dari operasi yang dinyatakan dalam presentase dan jumlah penjualan bersih. Profit margin mengukur tingkat keuntungan perusahaan yang diperoleh dari penjualan.

Munawir (2007) juga menjelaskan kegunaan dari ROA, yaitu :

1. “Analisa ROA merupakan analisis yang bersifat menyeluruh. Apabila manajemen perusahaan telah melakukan praktik akuntansi secara benar, maka analisis ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal kerja, efisiensi produksi dan efisiensi penjualan.
2. Analisa ROA dapat digunakan untuk membandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaan lain yang sejenis. Sehingga dapat diketahui posisi perusahaan apakah di atas, di bawah atau sama dengan rata-rata industri.
3. Analisa ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh masing-masing divisi yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan.
4. Analisa ROA dapat digunakan untuk menghitung profitabilitas dari masing-masing produk menggunakan *product cost system* yang baik, biaya dan modal yang dialokasikan dalam menghasilkan setiap produk. Sehingga akan diketahui pofit yang dihasilkan dari setiap produk serta produk mana yang paling *profitable*.
5. Selain digunakan sebagai alat kontrol, ROA juga berfungsi sebagai analisa perencanaan. Contohnya yaitu dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan apabila perusahaan ingin melakukan ekspansi”.

Kasmir (2012) menerangkan nilai ROA yang semakin tinggi menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk

menghasilkan keuntungan. Sehingga meningkatnya ROA akan berdampak pula pada kesejahteraan pemegang saham yang juga akan semakin baik. Brigham dan Houston (2010) juga mengemukakan hal yang sama, apabila nilai ROA perusahaan lebih tinggi dari nilai rata-rata industri, maka hal ini mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dikarenakan tingkat pengembalian atas investasi juga akan semakin tinggi pula. Begitu pula sebaliknya, apabila nilai ROA perusahaan lebih rendah dari nilai rata-rata industri, hal ini menunjukkan tingkat pengembalian yang rendah pula atas investasi yang telah ditanamkan investor.

2.2.3.3 Profitabilitas dalam Konsep Islam

Tanggung jawab manusia di muka bumi adalah mengelola apa yang telah disediakan Allah SWT secara efisien agar mampu memberikan manfaat yang optimal agar keadilan dan kesejahteraan dapat ditegakkan. Siddiqi menjelaskan perlunya memperoleh keuntungan maksimal, namun hal itu harus didasari oleh suka sama suka dalam Islam sebab hal tersebut akan mengarahkan pada keadilan masyarakat dan memperhatikan kesejahteraan orang lain (Sobana, 2017).

Tujuan utama perusahaan adalah mencapai keuntungan sebesar-besarnya. Islam tidak melarang umatnya untuk mencari keuntungan yang besar selama itu masih berada dalam etika islami. Di dalam ekonomi Islam, keuntungan atau laba tidak hanya yang bersifat materi saja, tetapi juga dari segi non materi yang bisa diterjemahkan dengan keberkahan. Sehingga apabila dirumuskan, maka laba ditambah dengan keberkahan akan menghasilkan maslahat, yakni kesuksesan dunia dan akhirat.

Islam melarang umatnya untuk mengambil keuntungan dengan jalan menipu. Hal ini sesuai firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَجِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat di atas menjelaskan mengenai hukum transaksi secara umum, khususnya pada transaksi perdagangan, jual beli dan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta seperti harta anak yatim, mahar dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang bathil, yaitu jalan yang tidak dibenarkan syariat Islam. Kita hanya diperbolehkan melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha dan saling ikhlas.

Riwayat dari Ibn 'Abbas, bahwasannya Rasulullah saw. bertemu dengan seorang penjual makanan di pasar Madinah yang amat menarik perhatian beliau. Lalu beliau memasukkan tangannya ke bahan makanan yang ada di bagian bawah, dan mengeluarkan sesuatu yang tidak sama dengan yang ada di permukaan. Maka beliau pun memarahi penjual makanan itu, dan kemudian berseru: *Ayyuhā al-nās*, tidak dibenarkan menipu dikalangan kaum Muslimin, dan barangsiapa yang menipu kami, ia tidak termasuk golongan kami.

Hadist di atas menjelaskan larangan mengambil keuntungan dengan cara menipu atau menyamarkan perdagangan dengan cara menyembunyikan cacatnya barang dagangan atau mengemas dalam bentuk menipu sehingga akan mengecoh pembeli. Hadits ini juga tidak memberikan batasan dalam hal mengambil keuntungan. Keuntungan yang diperbolehkan sesuai syariat Islam adalah keuntungan yang wajar, tidak merugikan dan mengurangi hak-hak kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli.

2.2.4 Harga Saham

2.2.4.1 Pengertian Harga Saham

Harga saham menurut Darmadji & Fakhruddin (2012) yaitu

“harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu, harga saham bisa berubah naik atau turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Ia dapat berubah dalam hitungan menit, bahkan hitungan detik. Hal tersebut dapat terjadi yang disebabkan oleh permintaan dan penawaran antara pembeli saham dan penjual saham,”.

Tandelilin (2010) menerangkan harga saham sebagai berikut :

“harga saham mencerminkan ekspektasi investor terhadap faktor-faktor *earning*, aliran kas dan tingkat return yang disyaratkan investor, dimana ketiga faktor tersebut juga sangat dipengaruhi oleh kinerja ekonomi makro”.

Jogiyanto (2010) menerangkan pengertian harga saham yakni:

“harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada suatu waktu tertentu dimana harga saham ini ditentukan oleh pelaku pasar”.

Dari beberapa pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan harga saham merupakan harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu, dimana harga ini dapat berubah naik atau turun dengan cepat yang diakibatkan adanya permintaan dan penawaran.

2.2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Jogiyanto (2010) menjelaskan faktor-faktor yang dapat memengaruhi harga saham adalah terkait informasi. Informasi-informasi tersebut antara lain :

1. Informasi yang bersifat fundamental, informasi ini terkait kondisi internal perusahaan.
2. Informasi teknis, informasi ini menggambarkan kondisi perdagangan perekonomian, fluktuasi kurs, volume dan frekuensi transaksi di pasar.
3. Informasi yang berkaitan dengan lingkungan, seperti kondisi ekonomi, politik, dan keamanan negara serta tingkat inflasi dan kebijakan moneter.

Fahmi (2011) menyebutkan dua faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham. Faktor tersebut yakni :

1. Faktor Fundamental (Kondisi Internal) yang meliputi :
 - a. Pengumuman tentang pemasaran, produksi, penjualan seperti pengiklanan, rincian kontrak, perubahan harga, penarikan

produk baru, laporan produksi, laporan keamanan produk, dan laporan penjualan.

- b. Pengumuman laporan keuangan perusahaan seperti peramalan laba sebelum dan setelah akhir tahun fiskal, *gross profit margin* (GPM), *operating profit margin* (OPM), *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), *earning per share* (EPS), dll.

2. Faktor Ekonomi (Kondisi Eksternal) yang meliputi :

- a. Pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, inflasi serta berbagai regulasi dan deregulasi ekonomi yang dikeluarkan pemerintah.
- b. Pengumuman hukum (*legal announcements*), seperti tuntutan karyawan terhadap perusahaan atau manajernya, dan tuntutan perusahaan terhadap manajernya.

2.2.4.3 Penilaian Harga Saham

Darmadji dan Fakruddin (2012) menerangkan bahwa selembarnya saham mempunyai nilai atau harga yang dibedakan menjadi tiga yaitu :

- a. Harga Nominal
 Harga nominal merupakan harga yang tertera pada selembarnya saham yang besarnya telah ditentukan dalam Anggaran Dasar Perusahaan. Sebagian besar harga nominal merupakan harga dugaan yang rendah dimana harga nominal berguna dalam penentuan harga saham biasa yang dikeluarkan.
- b. Harga Perdana
 Harga perdana merupakan harga didapatkan pada waktu harga saham tersebut dicatat di bursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi dan emiten.
- c. Harga Pasar

Harga pasar merupakan harga yang ditetapkan di bursa efek bagi saham perusahaan yang *go public*. Harga pasar merupakan harga jual dari investor satu ke investor lainnya.

Harga saham menunjukkan seberapa baik manajemen dalam menyejahterakan pemegang saham. Apabila pemegang saham tidak puas dengan kinerja manajemen perusahaan, maka mereka dapat menjual sahamnya dan beralih untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan lain. Hal tersebut dapat menyebabkan harga saham menjadi turun. Sebab, harga saham dipengaruhi oleh persepsi investor terhadap kondisi internal dan eksternal perusahaan. Sehingga semakin tinggi harga saham, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi di mata investor.

2.2.4.4 Harga Saham dalam Konsep Islam

Dalam literatur fiqh, saham diambil dari istilah *musahamah* yang berasal dari kata *sahm* (*stock*) yang artinya saling memberi saham atau bagian (Dahlan, 1996 dalam Yulianti, 2010). Pembahasan mengenai saham atau bursa saham baru ditemui belakangan ini dalam literatur fiqh kontemporer pada pembahasan *syirkah* (perserikatan dagang) yang kemudian dikenal dengan *syirkah al-asham* (perserikatan dalam saham/modal) (Dahlan, 1996 dalam Yulianti, 2010). Dalam akad ini dijelaskan bahwa tujuan dari pemilik/pembeli saham/pemegang saham yakni menerima keuntungan sesuai dengan modal yang diinvestasikan apabila perusahaan mendapatkan keuntungan. Begitu pula sebaliknya, apabila perusahaan mendapatkan kerugian maka pemilik saham akan menanggung kerugian sesuai dengan presentase modal yang diinvestasikan. Sehingga saham (*muhasamah*) diklasifikasikan oleh ahli fiqh modern sebagai salah satu bentuk *syirkah* dimana penanam modal mengharapkan keuntungan sedangkan bagi perusahaan hal ini dimaksudkan untuk pengembangan usaha.

Para ulama fiqh kontemporer sepakat bahwa haram hukumnya memperdagangkan saham di pasar modal dari perusahaan yang usahanya haram. Contohnya yakni perusahaan yang bergerak di bidang produksi minuman keras, jasa-jasa keuangan konvensional seperti bank dan asuransi konvensional, serta

perusahaan yang bergerak di bidang hiburan seperti perjudian, pelacuran, dll. Namun apabila saham yang diperdagangkan di pasar modal berasal dari perusahaan yang bergerak di bidang yang halal, maka hukumnya adalah diperbolehkan secara syara'. Contohnya usaha di bidang telekomunikasi, transportasi, tekstil, dsb.

Jual beli saham dalam islam merupakan bentuk dari *syirkah mudharabah* dimana pengusaha dan pemilik modal bekerja sama kemudian apabila mendapat keuntungan maka akan dibagi sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Dalam sebuah hadits (Nawawi, 2012:142) Rasulullah bersabda:

ثَلَاثٌ فِيْهَا الْبَرَكَةُ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَ الْمُقَاوَضَةُ وَ خَلَطَ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ وَ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ما
جه)

Artinya: “Ada tiga perkara yang diberkahi: jual beli yang ditangguhkan, memberi modal dan mencampur gandum dengan delai untuk keluarga bukan untuk dijual”. (HR. Ibnu Majah:810)

Mudharabah merupakan akad kerjasama di antara pemilik modal dan pengelola, pihak pertama merupakan pemilik modal (*shahibul mal*) sedangkan pihak kedua merupakan pengelola modal (*mudharib*). Dimana pemilik modal memberikan modalnya kepada pengelola modal untuk dikelola dengan bagian keuntungan yang telah ditentukan biasanya dalam bentuk presentase nisbah (Nawawi, 2014). Apabila usaha yang dijalankan mengalami kerugian maka hal ini akan ditanggung oleh *shahibul mal*, namun apabila kerugian disebabkan oleh kelalaian *mudharib* maka hal ini akan ditanggung oleh pengelola.

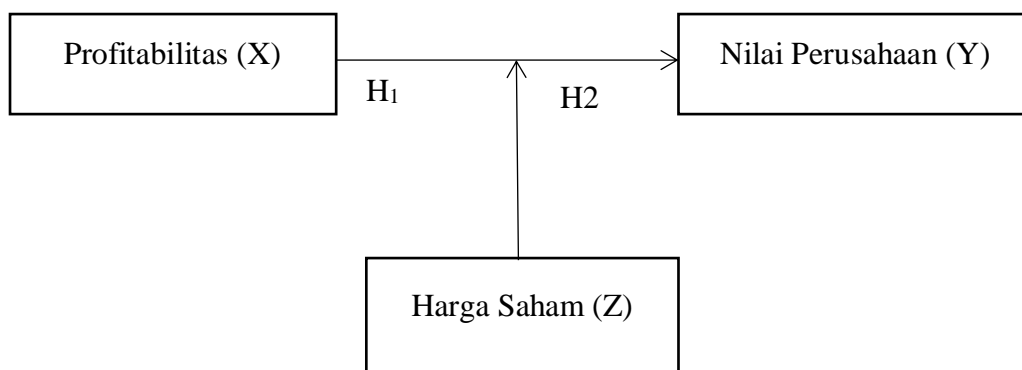
2.3 Kerangka Konseptual

Semakin tinggi nilai perusahaan, maka investor akan semakin tertarik untuk menginvestasikan dananya. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah dapat menyejahterakan pemegang sahamnya. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan. Harga saham merupakan variabel moderasi yang digunakan untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Sehingga harga saham merupakan variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Kerangka konseptual yang disusun pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



sumber : data diolah peneliti tahun 2021

Keterangan :

H₁ : Haryati dan Ayem (2014), Irayanti dan Tumbel (2014), Le Ha (2018) serta Chandra, (2020), Hermuningsih (2013), Mindra dan Erawati (2014), Sudiani dan Darmayanti (2016), Hasibuan, dkk (2016), Fajaria (2018), Pasaribu (2019), Sugosha (2020), Hermuningsih (2013), Utomo (2016), Sabrin, et al (2016), Pioh, dkk (2018), Husna dan Satria (2019) serta Chandra (2020).

H₂ : Ayem (2014), Ayuningtyas dan Kurnia (2013), Kurnia (2019) serta Sunardi dan Permana (2019), Sudiani dan Darmayanti (2016).

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dapat digambarkan dari kemampuannya menghasilkan profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan” (Kasmir, 2012). Menurut *signalling theory* perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor (Brigham dan Houston, 2010)

Earning Per Share adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham terhadap setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2011). Menurut Tandelilin (2010), EPS merupakan rasio yang paling banyak digunakan investor dalam menganalisis perusahaan. Nilai rasio yang tinggi menunjukkan tingkat pengembalian yang tinggi pula dengan kata lain perusahaan telah mampu menyejahterakan pemegang sahamnya yang akan membuat nilai perusahaan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Haryati dan Ayem (2014), Irayanti dan Tumbel (2014) serta Chandra (2020) menerangkan *earning per share* (EPS) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan apabila perusahaan mempunyai EPS yang tinggi, maka keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham juga akan tinggi. Investor akan cenderung tertarik sebab hal ini akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan Irayanti dan Tumbel (2014) apabila EPS mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H_{1.1} : EPS berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan laba atas ekuitas (Fahmi, 2011) . Rasio ini menunjukkan efisiensi dari penggunaan

modal sendiri. Fahmi (2011) menerangkan *return on equity* sebagai suatu rasio perhitungan yang penting, dimana nilai *return on equity* yang tinggi dan secara konsisten bertahan mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai keunggulan yang tahan lama dalam persaingan sehingga nilai perusahaan akan semakin baik.

Hermuningsih (2013), Mindra dan Erawati (2014), Sudiani dan Darmayanti (2016), Hasibuan, dkk (2016), Fajaria (2018), Pasaribu (2019), dan Sugosha (2020) menerangkan *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan ROE perusahaan tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Sudiani dan Darmayanti (2016)). Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H_{1.2} : ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Return on assets merupakan rasio yang melihat sejauh mana investasi yang ditanamkan mampu memberikan return sesuai yang diharapkan dimana investasi tersebut sama dengan aset perusahaan yang ditempatkan atau ditanamkan (Fahmi, 2011). Kasmir (2012) menerangkan nilai ROA yang semakin tinggi menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga meningkatnya ROA akan berdampak pula pada kesejahteraan pemegang saham yang juga akan semakin baik. Brigham dan Houston (2010) juga mengemukakan hal yang sama, apabila nilai ROA perusahaan lebih tinggi dari nilai rata-rata industri, maka hal ini mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dikarenakan tingkat pengembalian atas investasi juga akan semakin tinggi pula.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Utomo (2016), Sabrin, et al (2016), Pioh, dkk (2018), Husna dan Satria (2019) serta Chandra (2020) menerangkan *return on assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan dengan ROA yang tinggi akan berpengaruh positif sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Husna dan Satria (2019)). Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H_{1.3} : ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh Moderasi Harga Saham Pada Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut *signalling theory* perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor (Brigham dan Houston, 2010). Apabila profitabilitas perusahaan naik maka akan membuat nilai perusahaan juga semakin baik sehingga harga saham akan naik (Haryadi, 2016). Harga saham yang tinggi, biasanya membuat nilai perusahaan juga tinggi (Ayem, 2014). Ayuningtyas dan Kurnia (2013) menjelaskan profitabilitas yang tinggi akan membuat harga saham dan nilai perusahaan meningkat.

Marfuatun, 2012 (dalam Ramdhani dan Setyanusa, 2013) menjelaskan semakin tinggi nilai EPS perusahaan, maka semakin tinggi pula earning yang akan diterima para pemegang saham. Nilai perusahaan direfleksikan oleh harga sahamnya Harmono (2014). Fahmi (2012) menjelaskan bahwa *earning per share* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H_{2.1} : Harga saham mampu memoderasi pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan.

Semakin tinggi nilai ROE maka akan semakin baik pula nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan profit yang tinggi menggunakan modal yang ditanamkan. Sehingga ROE yang tinggi mengindikasikan prospek perusahaan yang bagus ke depan. Hal ini akan memicu perdagangan permintaan akan saham perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Fahmi (2012) yang menyatakan bahwa ROE merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham. Permintaan saham yang meningkat akan membuat nilai perusahaan semakin baik (Sudiani dan Darmayanti, 2016). Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H_{2.2} : Harga saham mampu memoderasi pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan.

Kasmir (2012) menerangkan nilai ROA yang semakin tinggi menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga meningkatnya ROA akan berdampak pula pada kesejahteraan pemegang saham yang juga akan semakin baik yang akan berdampak pada perubahan harga saham dan nilai perusahaan. Brigham dan Houston (2010) juga mengemukakan hal yang sama, apabila nilai ROA perusahaan lebih tinggi dari nilai rata-rata industri, maka hal ini mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dikarenakan tingkat pengembalian atas investasi juga akan semakin tinggi pula. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H_{2.3} : Harga saham mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena-fenomena objektif dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, serta percobaan terkontrol. Selanjutnya, pendekatan yang dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif menggambarkan suatu kondisi secara apa adanya, tanpa melakukan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas. Penggambaran kondisi dapat dilakukan menggunakan angka-angka. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual serta akurat mengenai sifat-sifat hubungan yang dimiliki (Hamdi dan Bahrudin, 2014).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Galeri Investasi Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan mengakses website www.idx.co.id serta beberapa situs resmi perusahaan terkait dengan penelitian. Periode pengamatan dilakukan selama empat tahun, yakni antara tahun 2016-2019.

3.3 Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan dalam sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI selama periode pengamatan yakni antara tahun 2016-2019 yang berjumlah 43 perusahaan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan

penelitian. Berikut adalah kriteria-kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian :

Tabel 3.1

Kriteria Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan yang terdaftar di sektor <i>consumer goods</i> selama periode 2016-2019	43
2.	Perusahaan-perusahaan yang mengalami kerugian selama periode 2016-2019	(13)
	Jumlah Sampel	30

sumber : www.idx.co.id (data diolah peneliti tahun 2021)

3.5 Sampel

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2015). Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan, maka didapatkan 30 sampel dari 43 perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Adapun perusahaan-perusahaan tersebut adalah :

Tabel 3.2

Sampel Perusahaan Sektor Consumer Goods Periode 2016-2019

No.	Kode	Nama
1.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
2.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3.	CAMP	PT. Campina Icecream Industry Tbk.
4.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5.	CINT	PT. Chitose International Tbk.
6.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
7.	DVLA	Darya Varia Labotaria Tbk.
8.	GGRM	Gudang Garam Tbk.
9.	HMSP	HM Sampoerna Tbk.
10.	HRTA	PT. Hardinata Abadi Tbk.
11.	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk.
12.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
13.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
14.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.
15.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
16.	MERK	Merck Tbk.
17.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
18.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
19.	PYFA	Pyridam Farma Tbk.

20.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
21.	SCPI	Merck Sharp Dohme Parma Tbk.
22.	SIDO	Sidomulyo Selaras Tbk.
23.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
24.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
25.	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
26.	TSPC	Tempo Scan Pacifik Tbk.
27.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk.
28.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
29.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
30.	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk.

sumber : www.idx.co.id (data diolah peneliti tahun 2021)

3.6 Data dan Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, yakni melalui media perantara. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga saham (*closing price*), *price to book value* (PBV), *earning per share* (EPS), *return on equity* (ROE) dan *return on assets* (ROA) perusahaan-perusahaan sektor *consumer goods* selama periode 2016-2019 yang diperoleh dari situs resmi bursa efek Indonesia (www.idx.co.id)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan dokumen-dokumen dari sumber terpercaya yang bisa didapatkan dari tulisan, gambar atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2015). Teknik dokumentasi diawali dengan menghimpun dokumen, memilah dan memilih dokumen sesuai dengan kebutuhan penelitian, mencatat serta menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena-fenomena lainnya. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara dokumentasi, yaitu mengambil data ikhtisar keuangan sektor *consumer and goods* tahun 2016-2019 yang terdaftar di BEI.

3.8 Definisi Operasional Variabel

3.8.1 Variabel Independen

Variabel independen atau bisa juga disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan. Pengukuran rasio ini dapat dilakukan dengan menghitung :

1) *Earning per Share* (EPS)

Earning per Share merupakan bentuk pemberian keuntungan dibagikan kepada pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2011). *Earning per Share* dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\sum \text{Saham Yang Beredar}}$$

2) *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity merupakan rasio yang menilai sejauh mana perusahaan dalam menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan atas modal (Fahmi, 2011). *Return on Equity* dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Shareholders Equity}}$$

3) *Return on Asset* (ROA)

Return on assets merupakan rasio yang melihat sejauh mana investasi yang ditanamkan mampu memberikan return sesuai yang diharapkan dimana investasi tersebut sama dengan aset perusahaan yang ditempatkan atau ditanamkan (Fahmi, 2011). *Return on Asset* dapat dihitung menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{Earning\ After\ Tax}{Total\ Assets}$$

3.8.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau bisa juga disebut variabel output /terikat merupakan variabel yang dipengaruhi. Variabel ini yang menjadi akibat oleh adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Husnan (2012) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan nantinya dijual. Menurut Weston dan Copeland (2008) nilai perusahaan dapat dihitung dengan rumus :

$$PBV = \frac{Market\ price\ per\ share}{Book\ value\ per\ share}$$

3.8.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi merupakan variabel yang digunakan untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah harga saham. Menurut Darmadji & Fakhruddin (2012) harga saham merupakan harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu, yang dapat berubah dengan cepat akibat adanya permintaan dan penawaran antara pembeli saham dan penjual saham. Harga saham merupakan cerminan dari nilai perusahaan, khususnya perusahaan yang telah *go public*. Harga yang digunakan merupakan *closing price*.

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel

2.1	No.	Variabel	Definisi	Proxy
1.		Profitabilitas (X)	Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba serta	$EPS = \frac{Earning\ After\ Tax}{\sum\ Saham\ Beredar}$ $ROE = \frac{Earning\ After\ Tax}{Shareholders\ Equity}$ $ROA = \frac{Earning\ After\ Tax}{Total\ Assets}$

		memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.	(Fahmi, 2011)
2.	Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah nilai sekarang dari kas pendapatan atau kas yang diharapkan akan diterima pada masa yang akan datang.	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$ (J.F. Weston dan Copeland, 2008)
3.	Harga Saham (Z)	Harga saham merupakan harga yang terbentuk di pasar modal akibat adanya permintaan dan penawaran	<i>Closing Price</i> -> Rupiah

sumber : data diolah peneliti tahun 2021

3.9 Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan apabila seluruh data telah terkumpul (Sugiyono, 2015). Dalam melakukan analisis data dibutuhkan data akurat serta dapat dipercaya sehingga hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan oleh penulis. Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih simple agar lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan.

3.9.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan peneliti secara apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk general (Sugiyono, 2015). Analisis ini berupa akumulasi data dasar yang dinyatakan

dalam bentuk deskripsi, tidak mencari atau menerangkan hubungan, menguji hipotesis atau yang lainnya. Statistik deskriptif yang digunakan pada penelitian ini antara lain nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi variabel independen, variabel dependen serta variabel moderasi.

3.9.2 Analisis Partial Least Square (PLS)

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yakni variabel dependen, variabel independen dan variabel moderasi. Oleh karena itu analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi smartPLS. Analisis PLS digunakan karena teknik ini merupakan metode analisis yang *powerfull* serta tidak perlu menggunakan banyak asumsi (Ghozali dan Latan, 2015). Menurut Ghozali dan Latan (2015) analisis ini terdiri dari dua sub pengukuran yakni *outer model* (*measurement model*) dan *inner model* (*structural model*).

Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam menggunakan analisa *Partial Least Square* (PLS) sebagai berikut :

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model menggambarkan hubungan konstruk dengan variabel manifest (Ghozali dan Latan, 2015). Pada penelitian ini, menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk memastikan *measurement* yang digunakan valid dan reliable sehingga layak dijadikan pengukuran.

Terdapat tiga kriteria yang dilakukan dalam melakukan model pengukuran (*outer model*) yakni :

a. *Convergent validity*

Uji *convergent validity* dapat dilihat dari nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Secara umum nilai *outer loading* > 0,7 dikatakan memenuhi uji validitas. Sedangkan untuk penelitian tahap awal, menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2015) nilai *outer loading* antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat

convergent validity. Jika nilai *outer loading* antara 0,5-0,7 maka peneliti tidak perlu menghapus indikator penelitian. Sedangkan jika nilai *outer loading* kurang dari 0,5 maka peneliti dapat menghapus konstruksinya. Sedangkan untuk skor AVE, *convergent validity* dapat terpenuhi apabila skor di atas 0,5 (Fornell dan Larcker dalam Vazquez dan Hernandez , 2014:132).

2. *Diskriminant validity*

Diskriminant validity dapat diukur dengan membandingkan nilai korelasi *cross loading* dengan variabel latennya. Nilai korelasi *cross loading* harus lebih besar dari nilai korelasi terhadap variabel laten lainnya. *Diskriminant validity* diukur dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted* (AVE) atau nilai akar kuadrat AVE direkomendasikan harus lebih besar dari 0,5.

b. *Composite reliability*

Menurut Ghazali dan Latan (2015), uji reliabilitas dilakukan untuk melihat akurasi, konsistensi dan ketetapan instrumen dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai dari *Cronbach alpha* dan *composite reliability*. Apabila nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7 maka variabel tersebut dinyatakan reliable.

3. Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model menggambarkan hubungan antara variabel dalam penelitian (Ghozali dan Latan, 2015). Uji struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* pada setiap variabel laten dependen. Nilai *R-square* menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistik. Dalam melakukan pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik, menurut Ghazali dan Latan (2015) maka alpha yang digunakan untuk 5% adalah 1,96. Tingkat signifikansi diambil pada level 5% atau T berada di atas 1,96. Kriteria penerimaan/penolakan hipotesa sebagai berikut :

- a. Apabila nilai t-statistik $> 1,96$ maka H_a diterima, H_0 ditolak.
- b. Apabila nilai t-statistik $< 1,96$ maka H_a ditolak, H_0 diterima .

Tabel 3.4

Kriteria Penilaian Partial Least Square (PLS)

Uji Model	Output	Kriteria
Outer Model	Convergent Validity	Nilai <i>outer loading</i> antara 0,5-0,6 sudah memenuhi. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) lebih dari 0,5.
	Diskriminant Validity	Nilai kuadrat <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) harus lebih besar dari nilai korelasi antar variabel late atau $>0,50$.
	Composite Reliability	Nilai <i>composite reliability</i> harus lebih dari 0,7. Nilai <i>cronbach alpha</i> lebih dari 0,6.
Inner Model	R-square	Apabila hasil dari R^2 sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 menunjukkan bahwa model “kuat”, “moderat” dan “lemah”.
Uji Hipotesis	T-statistik dan P-value	a. Apabila nilai t-statistik $> 1,96$ maka H_a diterima atau

		b. Apabila nilai $P < 0,05$ maka Ha diterima
--	--	---

sumber : Ghazali dan Latan (2015) data diolah

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran umum Sektor *Consumer Goods*

Sektor *consumer goods* merupakan salah satu dari sembilan sektor industri yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Pertumbuhan penduduk yang kian pesat membuat kebutuhan akan konsumsi juga meningkat. Sektor *consumer goods* merupakan industri yang bergerak di bidang manufaktur yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi dimana produk-produk ini nantinya akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sektor ini meliputi industri-industri seperti industri konsumsi barang kebutuhan pokok dan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi dan industri kosmetik.

Harga komoditas yang stabil berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan *consumer goods* pada tahun 2017. Inflasi juga dan suku bunga yang relatif rendah serta iklim politik yang cukup stabil berpengaruh terhadap kinerja perusahaan *consumer goods*. Selain itu, pertumbuhan middle income mendukung pertumbuhan dari sektor *consumer goods* pada tahun 2017. Menurut Muamar (2018), pertumbuhan sektor *consumer goods* mengalami perlambatan pada tahun 2018. Hal ini disebabkan oleh pemulihan daya beli masyarakat yang melambat serta pilihan konsumen yang bergeser ke produk-produk non *Fast Moving Consumer Good* (FMCG).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019 konsumsi rumah tangga tercatat hanya tumbuh sebesar 5,01% secara tahunan pada kuartal III. Hal ini terjadi karena penurunan konsumsi masyarakat. Terdapat perubahan gaya hidup konsumen di antaranya : tidak membeli barang konsumsi pada malam hari, tidak membeli snack secara intens, membawa bekal ke kantor dan melakukan konsumsi di mall hanya sebulan sekali. Hal inilah yang menyebabkan penjualan barang konsumsi menurun. Konsumsi rumah tangga menyumbang kontribusi besar yakni sekitar 56,5% (Pink, 2019) terhadap pertumbuhan

ekonomi Indonesia. Sehingga pemerintah diharapkan dapat menjaga konsumsi masyarakat mengingat kontribusi yang diberikan terhadap pertumbuhan ekonomi lebih dari 50%

4.1.2 Analisis Deskriptif

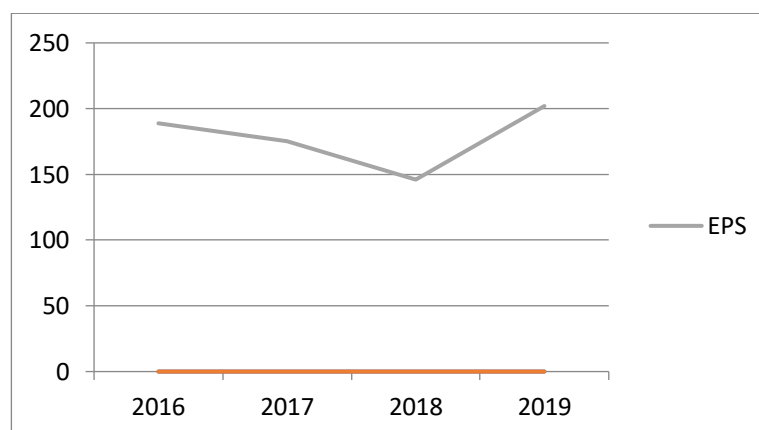
4.1.2.1 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan (Kasmir, 2012). Rasio profitabilitas pada penelitian ini diukur dengan *earning per share* (EPS), *return on equity* (ROE) dan *return on assets* (ROA).

1) *Earning per Share* (EPS)

Earning per Share merupakan bentuk pemberian keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2011). Secara berurutan rata-rata *earning per share* sektor *consumer goods* periode 2016-2019 sebesar 189; 175; 149; dan 201. Berikut disajikan grafik perkembangan *earning per share* sektor *consumer goods* :

Grafik 4.1
***Earning Per Share* sektor *consumer goods* periode 2016-2019**
(dalam rupiah)



sumber : data diolah peneliti tahun 2021

Grafik di atas menunjukkan rata-rata *earning per share* sektor *consumer goods* yang berfluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2017 terjadi penurunan EPS

consumer goods sebesar 8% dari tahun 2016. Penyebab penurunan nilai EPS ini disebabkan oleh beberapa hal seperti penurunan laba bersih beberapa perusahaan *consumer goods* sedangkan jumlah saham yang beredar tetap. Penurunan nilai EPS juga dapat terjadi apabila presentase penurunan laba bersih lebih besar daripada presentase penurunan jumlah lembar saham biasa yang beredar. Selanjutnya penurunan EPS terjadi apabila laba bersih turun sedangkan jumlah lembar saham yang beredar naik.

Menurunnya pendapatan masyarakat menengah ke bawah menyebabkan adanya pembatasan konsumsi. Masyarakat kini lebih selektif dalam mengonsumsi barang fisik. Mereka lebih memilih mengonsumsi produk yang mempunyai nilai pengalaman seperti berwisata, travelling, kuliner. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan yang tinggi dari sektor pariwisata dan juga transportasi. Sehingga daya beli masyarakat terhadap barang konsumsi turun yang berakibat pada menurunnya penjualan perusahaan.

Nilai EPS pada tahun 2018 juga kembali mengalami penurunan sebesar 15% dari tahun sebelumnya. Beberapa hal yang menyebabkan penurunan nilai EPS antara lain yakni laba bersih turun sedangkan jumlah lembar saham biasa yang beredar adalah tetap. Adanya kondisi nasional yang dipengaruhi oleh ketidakpastian ekonomi global seperti gencatan ekonomi yang dilakukan Amerika dan Cina dan juga nilai tukar rupiah yang tidak stabil turut mempengaruhi kinerja perusahaan.

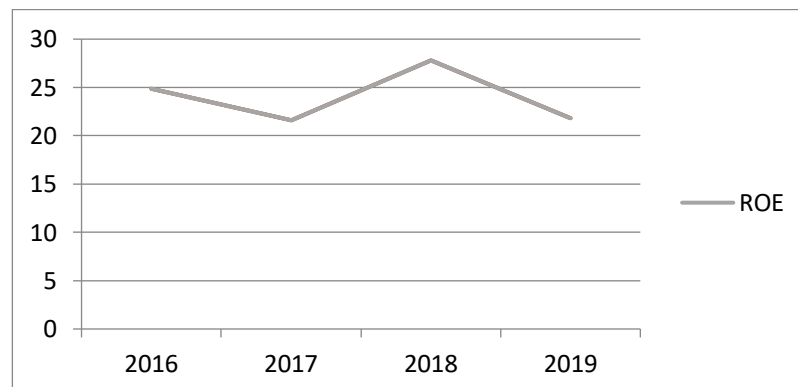
Sedangkan pada tahun 2019 nilai EPS mengalami kenaikan sebesar 26%. Kenaikan EPS ini terjadi apabila laba bersih naik sedangkan jumlah lembar saham biasa yang beredar adalah tetap. Perang dagang antara Amerika dan Cina yang semakin terbuka, dimana hal ini dapat dilihat dari pengenaan dan kenaikan restriksi impor sehingga perekonomian global terpengaruh akibat persaingan dua raksasa ekonomi dunia. Begitu pula dengan Indonesia yang tidak lepas dari dampaknya. Diketahui bahwa Indonesia mengalami defisit transaksi berjalan (*current account deficit*) hampir 3% dari produk domestik bruto. Meskipun demikian, Indonesia masih mampu tumbuh sebesar 5,02% dibandingkan tahun

2018 yang sebesar 5,17%. Keberhasilan pemerintah dalam menjaga stabilitas harga bahan pokok, bahan bakar dan tarif listrik terlihat dari turunnya tingkat inflasi menjadi 2,72% selama 20 tahun terakhir. Konsumsi rumah tangga masih menjadi penggerak utama pertumbuhan Indonesia.

2) *Return On Equity* (ROE)

Return on Equity merupakan rasio yang menilai sejauh mana perusahaan dalam menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan atas modal (Fahmi, 2011).). Secara berurutan rata-rata *return on equity* sektor *consumer goods* periode 2016-2019 sebesar 24,9%; 21,6%; 27,8% dan 21,8%. Berikut disajikan grafik perkembangan *return on equity* sektor *consumer goods* :

Grafik 4.2
Return On Equity sektor consumer goods periode 2016-2019
(dalam Presentase)



sumber : data diolah peneliti tahun 2021

Grafik di atas menunjukkan rata-rata *return on equity* sektor *consumer goods* yang berfluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2017, *return on equity* sektor *consumer goods* turun sebesar 13%. Penurunan nilai ROE *consumer goods* ini disebabkan oleh penurunan laba bersih perusahaan sedangkan ekuitas mengalami peningkatan.

Selain itu, masyarakat menengah ke bawah juga menghemat belanjanya. Hal ini terjadi karena menurunnya pendapatan masyarakat serta menurunnya

pembayaran honor sehingga mereka harus berhemat. Daripada harus berbelanja biskuit, snack dan minuman instan mereka memilih untuk membuat makanan sendiri di rumah. Konsumen juga beralih ke produk sachetan dalam melakukan pengisian ulang sehingga pendapatan perusahaan yang ditunjang dari penjualan produk pack menurun (Binus University, 2017).

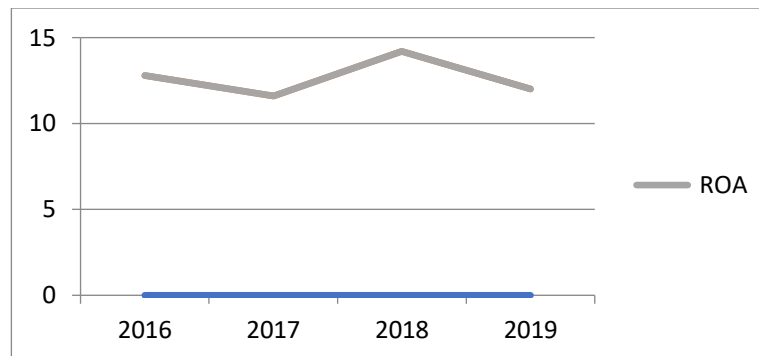
Selanjutnya pada tahun 2018 *return on equity* sektor *consumer goods* mengalami kenaikan sebesar 22% dari tahun 2017. Kenaikan nilai ROE ini disebabkan oleh peningkatan laba bersih perusahaan sementara ekuitas menurun. Secara makroekonomi, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2018 cukup stabil. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) ekonomi tumbuh sekitar 5,17%.

Pada tahun 2019, nilai *return on equity* sektor *consumer goods* mengalami penurunan sebesar 22% dari tahun 2018. Penurunan ROE disebabkan oleh penurunan laba bersih perusahaan sedangkan ekuitas meningkat. Pada kuartal I 2019, konsumsi rumah tangga hanya tumbuh sekitar 5,01% secara tahunan (Tamara, 2020). Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa perlambatan konsumsi rumah tangga ini disebabkan oleh pembatasan konsumsi oleh masyarakat menengah atas.

3) *Return On Assets (ROA)*

Return on assets merupakan rasio yang melihat sejauh mana investasi yang ditanamkan mampu memberikan return sesuai yang diharapkan dimana investasi tersebut sama dengan aset perusahaan yang ditempatkan atau ditanamkan (Fahmi, 2011). Secara berurutan rata-rata *return on equity* sektor *consumer goods* periode 2016-2019 sebesar 12,8%; 11,6%; 14,3% dan 12,1%. Berikut disajikan grafik perkembangan *return on equity* sektor *consumer goods* :

Grafik 4.3
***Return On Assets* sektor *consumer goods* periode 2016-2019**
(dalam Presentase)



sumber : data diolah peneliti tahun 2021

Grafik di atas menunjukkan rata-rata *return on assets* sektor *consumer goods* yang berfluktuasi setiap tahunnya. Dari tahun 2016 ke tahun 2017 terjadi penurunan nilai *return on assets* sektor *consumer goods* sebesar 9%. Penurunan nilai ROA ini disebabkan oleh penurunan laba bersih perusahaan, sedangkan total asset perusahaan mengalami peningkatan.

Menurunnya pendapatan masyarakat menengah ke bawah menyebabkan adanya pembatasan konsumsi. Selain itu, menurunnya pembayaran honor seperti lembur dan komisi membuat masyarakat harus menghemat belanjanya. Konsumen lebih memilih untuk membuat makanan atau snack sendiri daripada harus berbelanja makanan seperti biskuit serta makanan dan minuman instan. Konsumen juga beralih ke produk sachetan dari sebelumnya produk pack. Padahal produk pack merupakan salah satu produk yang berkontribusi besar dalam pertumbuhan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG). Sebelum berbelanja, konsumen menengah ke atas juga akan melakukan suatu hal yaitu *wait and see*. (Binus University, 2017).

Pada tahun 2018, rata-rata *return on assets* sektor *consumer goods* naik sebesar 19%. Kenaikan ROA disebabkan oleh peningkatan laba bersih perusahaan dan total asset, namun presentase kenaikan laba bersih perusahaan lebih besar daripada presentase kenaikan total asset perusahaan. Meningkatnya kinerja sektor *consumer* pada tahun 2018 berasal dari pemulihan daya beli masyarakat dari

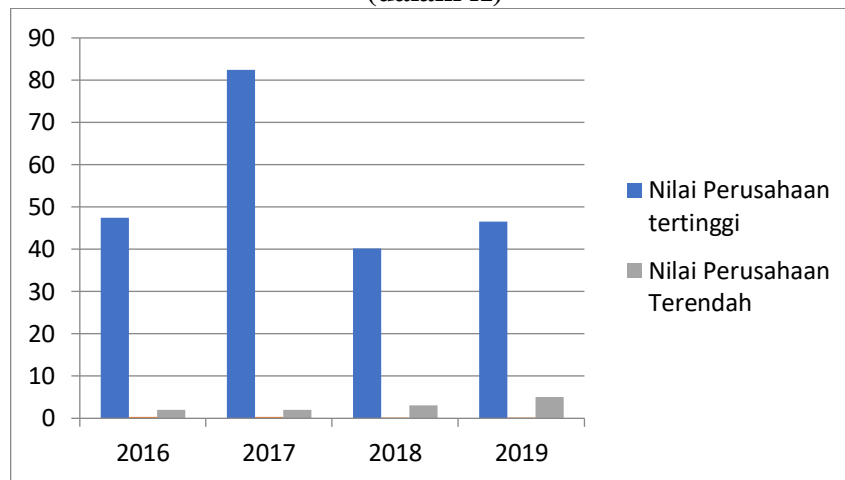
tahun sebelumnya. Sehingga hal ini berdampak positif terhadap laba perusahaan. Adanya tekanan perekonomian pada tahun 2017 berdampak pada perusahaan *consumer* (Aziliya dan Hafiyyan, 2018).

Pada tahun 2019, rata-rata *return on assets* sektor *consumer goods* turun sebesar 16%. Penurunan laba bersih pada sektor *consumer goods*, juga disebabkan oleh perlambatan pertumbuhan konsumsi rumah tangga. Masyarakat, khususnya kelas menengah ke atas lebih menahan konsumsinya. Sehingga hal ini berdampak pada kinerja yang dapat dilihat dari menurunnya laba bersih perusahaan. Konsumsi rumah tangga menjadi salah satu acuan untuk mengukur ekonomi nasional. Sehingga perlambatan konsumsi rumah tangga akan berdampak pula pada agregat pertumbuhan ekonomi (Tamara, 2020). Selain itu ketergantungan yang tinggi pada bahan baku impor dan gejolak nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing menyebabkan beban angkut meningkat sehingga menurunkan laba perusahaan.

4.1.2.2 Nilai Perusahaan

Sudana (2011) menjelaskan nilai perusahaan yakni “nilai sekarang dari kas pendapatan atau kas yang diharapkan akan diterima pada masa yang akan datang”. Nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio *price to book value* (PBV). Darmadji dan Fakruddin (2012) mendefinisikan rasio *price to book value* (PBV) sebagai seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu saham. Berikut disajikan grafik perkembangan nilai perusahaan sektor *consumer goods* :

Grafik 4.4
Nilai Perusahaan sektor *consumer goods* periode 2016-2019
(dalam X)



sumber : data diolah peneliti tahun 2021

Grafik di atas menunjukkan nilai tertinggi dan terendah nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang selama periode 2016-2019. Dari tahun 2016 ke tahun 2017 terjadi peningkatan rata-rata nilai perusahaan *consumer goods*. Adanya pemulihan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) mengindikasikan optimisme konsumen terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Investor menyukai perusahaan-perusahaan dengan fundamental baik dan lebih condong ke sektor-sektor seperti *consumer*, infrastruktur dan perbankan (Simamora, 2017).

Pada tahun 2018 terjadi penurunan nilai perusahaan *consumer goods*. Penurunan ini disebabkan oleh Sudana (2011) menerangkan bahwa nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya sehingga naik turunnya harga saham akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perlambatan pemulihan daya beli masyarakat serta pergeseran pilihan produk oleh konsumen dari *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) turut mempengaruhi menurunnya kinerja sektor (Muamar, 2018).

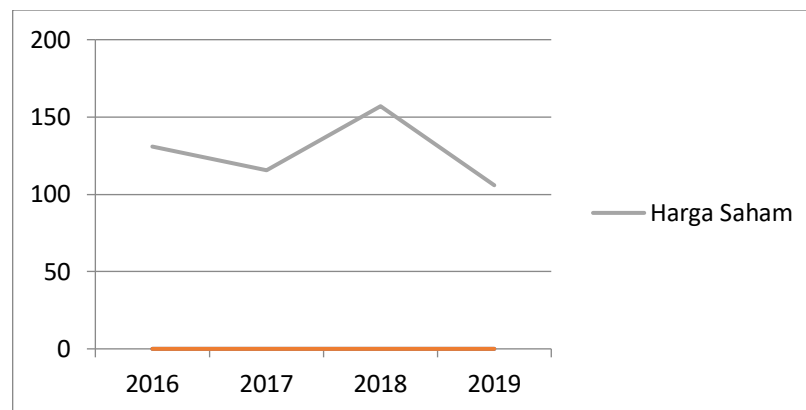
Pada tahun 2019, Kementrian Perindustrian Indonesia memproyeksikan subsektor industri makanan dan minuman tumbuh 9,86%. Informasi ini merupakan informasi yang menggembirakan sebab hal ini dapat mempengaruhi meningkatnya permintaan terhadap perusahaan *consumer*. Selain itu, penurunan

harga minyak mentah dan penguatan nilai tukar rupiah terhadap US Dollar berpengaruh positif terhadap sektor *consumer* (Pratomo, 2019).

4.1.2.3 Harga Saham

Menurut Jogiyanto (2010) harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada suatu waktu tertentu dimana harga saham ini ditentukan oleh pelaku pasar. Secara berurutan rata-rata harga saham sektor *consumer goods* periode 2016-2019 sebesar Rp 130.956,00; Rp 115.697,00; Rp 156.971,00; dan Rp 105.838,00.

Grafik 4.5
Perkembangan Harga Saham sektor *consumer goods* periode 2016-2019
(dalam rupiah)



sumber : data diolah peneliti tahun 2021

Grafik di atas menunjukkan pergerakan harga saham *consumer goods* yang berfluktuasi selama periode pengamatan yakni dari tahun 2016 hingga 2019. Dari tahun 2016 ke tahun 2017 terjadi penurunan harga saham *consumer goods* sebesar 15,26%. Hal ini disebabkan karena penurunan daya beli masyarakat terhadap barang *consumer goods* sehingga menyebabkan harga saham menjadi turun. Kemudian pada tahun 2018 terjadi kenaikan sebesar 41,3%. Pemulihan daya beli masyarakat memberikan sinyal positif terhadap harga saham *consumer goods*.

Sedangkan pada tahun 2019 menurunnya kinerja emiten berkapitalisasi besar turut mempengaruhi harga saham *consumer goods* turun. Adanya kebijakan pemerintah terkait kenaikan tarif cukai hasil tembakau (CHT) menjadi sentimen

negatif investor terhadap saham PT. Gudang Garam Tbk dan PT. HM Sampoerna Tbk. Perusahaan harus menaikkan harga jual rokok. Sehingga kenaikan tarif cukai rokok berpengaruh terhadap penjualan perusahaan sehingga menyebabkan emiten tertekan (Saragih, 2019).

4.1.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran umum mengenai data penelitian serta untuk mengetahui hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan oleh *earning per share*, *return on equity* dan *return on assets*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value* dan harga saham digunakan sebagai variabel moderasi. Ukuran yang digunakan pada statistik deskriptif yakni nilai minimum, nilai maksimum, mean dan standar deviasi.

Tabel 4.1
Deskriptif Variabel Penelitian Sektor *Consumer Goods*
Periode 2016-2019
Descriptive Statistics

	Mean	Min	Max	Standard Deviation
EPS	174,631	4,030	918,000	245,620
Harga Saham	115,697	1,100	885,000	199,582
PBV	180,333	15,000	908,000	190,886
ROA	212,733	11,000	1354,000	302,360
ROE	497,433	2,000	1409,000	388,137

sumber: output smartPLS data diolah peneliti tahun 2021

Data di atas menunjukkan nilai minimum, maksimum, mean serta standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian selama periode pengamatan tahun 2016-2019. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Profitabilitas

Profitabilitas pada penelitian ini diproksikan oleh *earning per share* (EPS), *return on equity* (ROE) dan *return on assets* (ROA). Rata-rata (mean) EPS tahun 2016-2019 sebesar 174,631. Nilai minimum EPS tahun 2016-2019 sebesar 4,030. Nilai maksimum EPS tahun 2016-2019 sebesar 918,000. Standar deviasi EPS tahun 2016-2019 sebesar 245,620. Rata-rata (mean) ROE tahun 2016-2019 sebesar 497,433. Nilai minimum ROE tahun 2016-2019 sebesar 2,000. Nilai maksimum ROE tahun 2016-2019 sebesar 1409,000. Standar deviasi ROE tahun 2016-2019 sebesar 388,137. Rata-rata (mean) ROA tahun 2016-2019 sebesar 212,733. Nilai minimum ROA tahun 2016-2019 sebesar 11,00. Nilai maksimum ROA tahun 2016-2019 sebesar 1354,000. Standar deviasi ROA tahun 2016-2019 sebesar 302,360.

2) Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan pada penelitian ini diproksikan oleh *price to book value* (PBV). Rata-rata (mean) PBV tahun 2016-2019 sebesar 180,333. Nilai minimum PBV tahun 2016-2019 sebesar 15,000. Nilai maksimum PBV tahun 2016-2019 sebesar 908,000. Standar deviasi PBV tahun 2016-2019 sebesar 190,886.

3) Harga saham

Rata-rata (mean) harga saham tahun 2016-2019 sebesar 115,697. Nilai minimum harga saham tahun 2016-2019 sebesar 1,100. Nilai maksimum harga saham tahun 2016-2019 sebesar 885,000. Standar deviasi harga saham tahun 2016-2019 sebesar 199,582.

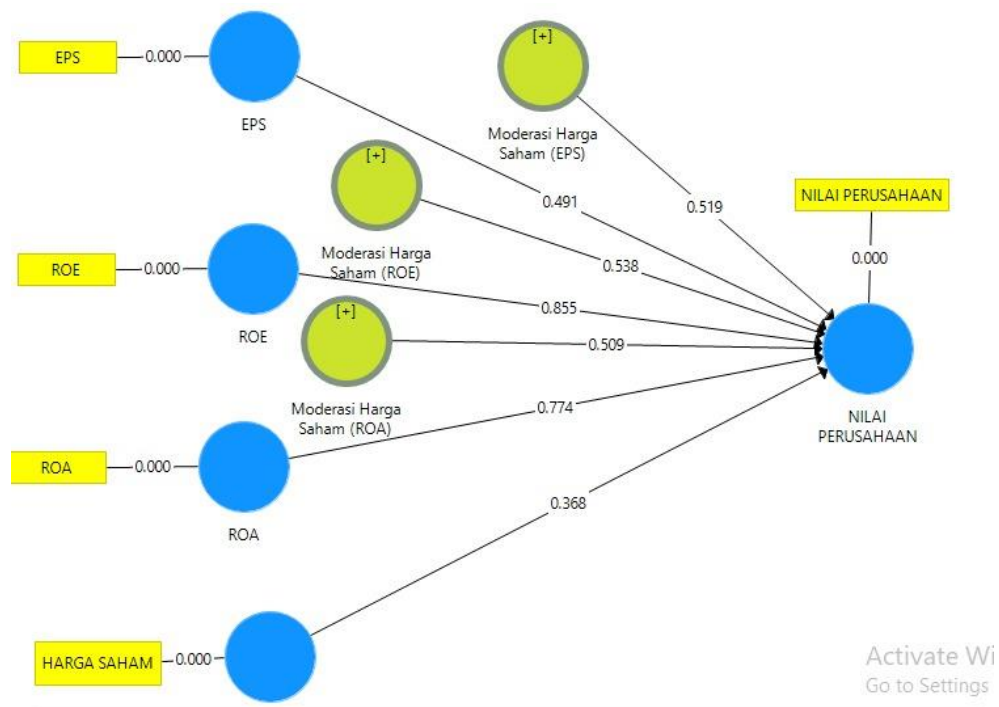
4.1.4 Analisis Partial Least Square (PLS)

Penelitian ini menggunakan analisa *partial least square* (PLS) yang terdiri dari dua sub pengukuran yakni *outer model* (*measurement model*) dan *inner model* (*structural model*).

4.1.4.1 Model Pengukuran

Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk memastikan *measurement* yang digunakan valid dan reliable sehingga layak dijadikan pengukuran.

Gambar 4.6
Output PLS Algorithm



number: output smartPLS

1. Convergent validity

Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2015) nilai *outer loading* antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity*. Berikut merupakan hasil dari *outer loading* dari masing-masing indikator.

Tabel 4.2
Outer Loading

	EPS	Harga Saham	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Moderating Effect 3	PBV	ROA	ROE
EPS	1,000							
EPS * HARGA SAHAM			0,557					
HARGA SAHAM		1,000						
PBV						1,000		
ROA							1,000	
ROA * HARGA					0,505			

SAHAM								
ROE								1,000
ROE * HARGA SAHAM				1,480				

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.2 setelah diuji ulang menunjukkan nilai *outer loading* dari masing-masing indikator variabel dengan nilai di atas 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian adalah valid.

Sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dikatakan valid apabila skor lebih dari 0,5. Berikut merupakan hasil dari *Average Variance Extracted* (AVE) :

Tabel 4.3
Hasil *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
EPS	1,000	Valid
ROE	1,000	Valid
ROA	1,000	Valid
Harga saham	1,000	Valid
Nilai Perusahaan	1,000	Valid
Moderasi Harga Saham (EPS)	1,000	Valid
Moderasi Harga Saham (ROE)	1,000	Valid
Moderasi Harga Saham (ROA)	1,000	Valid

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan nilai dari AVE dari EPS, ROE, ROA, harga saham, nilai perusahaan, moderasi harga saham (EPS), moderasi harga saham (ROE) dan moderasi harga saham (ROA) dengan nilai lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel di atas adalah valid.

2. *Diskriminant validity*

Diskriminant validity dapat diukur dengan membandingkan nilai korelasi *cross loading* dengan variabel latennya. Nilai korelasi *cross loading* harus lebih besar dari nilai korelasi terhadap variabel laten lainnya. *Diskriminant validity*

diukur dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted* (AVE) atau nilai akar kuadrat AVE direkomendasikan harus lebih besar dari 0,5.

Tabel 4.4
Hasil Uji Antar Konstruk

	EPS	Harga Saham	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Moderating Effect 3	PBV	ROA	ROE
EPS	1,000							
Harga Saham	-0,272	1,000						
Moderating Effect 1	-0,492	-0,673	1,000					
Moderating Effect 2	-0,153	0,615	-0,347	1,000				
Moderating Effect 3	-0,276	-0,549	0,639	-0,345	1,000			
PBV	-0,102	0,058	0,031	0,005	0,031	1,000		
ROA	0,636	-0,158	-0,250	-0,227	-0,660	-0,140	1,000	
ROE	0,297	0,284	-0,407	0,158	-0,665	0,224	0,501	1,000

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Tabel 4.5
Hasil Uji Diskriminant validity

Variabel	AVE	\sqrt{AVE}	Keterangan
EPS	1,000	1,000	Valid
ROE	1,000	1,000	Valid
ROA	1,000	1,000	Valid
Harga saham	1,000	1,000	Valid
Nilai Perusahaan	1,000	1,000	Valid
Moderasi Harga Saham (EPS)	1,000	1,000	Valid
Moderasi Harga Saham (ROE)	1,000	1,000	Valid
Moderasi Harga Saham (ROA)	1,000	1,000	Valid

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan nilai dari \sqrt{AVE} dari EPS, ROE, ROA, harga saham, nilai perusahaan, moderasi harga saham (EPS), moderasi harga saham (ROE) dan moderasi harga saham (ROA) lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel di atas adalah valid.

3. Uji Reliability

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai dari *Cronbach alpha* dan *composite reliability*. Apabila nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7 maka variabel tersebut dinyatakan reliable.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliability

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
EPS	1,000	1,000	Reliabel
ROE	1,000	1,000	Reliabel
ROA	1,000	1,000	Reliabel
Harga saham	1,000	1,000	Reliabel
Nilai Perusahaan	1,000	1,000	Reliabel
Moderasi Harga Saham (EPS)	1,000	1,000	Reliabel
Moderasi Harga Saham (ROE)	1,000	1,000	Reliabel
Moderasi Harga Saham (ROA)	1,000	1,000	Reliabel

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan nilai dari *Cronbach alpha* dari EPS, ROE, ROA, harga saham, nilai perusahaan, moderasi harga saham (EPS), moderasi harga saham (ROE) dan moderasi harga saham (ROA) lebih besar dari 0,6 dan *composite reliability* di atas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel di atas adalah reliabel.

4.1.4.2 Model Struktural

Uji struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* pada setiap variabel laten dependen. Nilai *R-square* menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7
Hasil R-Square

	<i>R-Square</i>
Nilai Perusahaan	0,200

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai hasil uji inner model menunjukkan hasil *R-Square* sebesar 0,200. Hasil *R-Square* sebesar 0,200 menunjukkan bahwa nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel-variabel penelitian sebesar 20%. Sedangkan sisanya 80% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

4.1.4.3 Pengujian Hipotesis

Dalam melakukan pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik, menurut Ghazali dan Latan (2015) maka α yang digunakan untuk 5% adalah 1,96. Tingkat signifikansi diambil pada level 5% atau T berada di atas 1,96.

Tabel 4.8
Hasil Path Analysis

Variabel	<i>Original Sampel</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P-Values</i>
EPS -> Nilai Perusahaan	-0,233	0,114	0.909
ROE -> Nilai Perusahaan	0,706	2,275	0,023
ROA -> Nilai Perusahaan	0,657	2,064	0,039
Moderasi Harga Saham (EPS) -> Nilai Perusahaan	-0,105	0,025	0,980
Moderasi Harga Saham (ROE) -> Nilai Perusahaan	1,161	3,020	0,003
Moderasi Harga Saham (ROA) -> Nilai Perusahaan	1,195	3,298	0,001

sumber : output smartPLS (data diolah peneliti tahun 2021)

Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

a) Pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan

H_{1.1} menyatakan profitabilitas yang diprosikan oleh EPS berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai *T-Statistic*

sebesar 0,114 lebih kecil dari t-tabel 1,96 dan P-Value sebesar 0,909 lebih dari 0,05. Nilai koefisien jalur -0,233 menunjukkan terdapat hubungan negatif antara EPS terhadap nilai perusahaan. Sehingga apabila EPS meningkat sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,233 begitupula sebaliknya apabila EPS menurun sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,233. Dengan demikian profitabilitas yang diproksikan oleh EPS tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau $H_{1.1}$ ditolak.

b) Pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan

$H_{1.2}$ menyatakan profitabilitas yang diproksikan oleh ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 2,275 lebih besar dari t-tabel 1,96 dan P-Value sebesar 0,023 kurang dari 0,05. Nilai koefisien jalur 0,706 menunjukkan terdapat hubungan positif antara ROE terhadap nilai perusahaan. Sehingga apabila ROE meningkat sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,706 begitupula sebaliknya apabila ROE menurun sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,706. Dengan demikian profitabilitas yang diproksikan oleh ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan atau $H_{1.2}$ diterima.

c) Pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan

$H_{1.3}$ menyatakan profitabilitas yang diproksikan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai T-Statistic sebesar 2,064 lebih besar dari t-tabel 1,96 dan P-Value sebesar 0,039 kurang dari 0,05. Nilai koefisien jalur 0,657 menunjukkan terdapat hubungan positif antara ROA terhadap nilai perusahaan. Sehingga apabila ROA meningkat sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,657 begitupula sebaliknya apabila ROA menurun sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,657. Dengan demikian profitabilitas yang diproksikan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan atau $H_{1.3}$ diterima.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi

- a) Pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan dengan harga saham sebagai variabel moderasi

H_{2.1} menyatakan harga saham mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan EPS terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai *T-Statistic* sebesar 0,025 lebih kecil dari *t*-tabel 1,96 dan *P-Value* sebesar 0,980 lebih dari 0,05. Nilai koefisien jalur -0,105 menunjukkan terdapat hubungan negatif antara EPS yang dimoderasi harga saham terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian harga saham tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan oleh EPS terhadap nilai perusahaan atau H_{2.1} ditolak.

- b) Pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan dengan harga saham sebagai variabel moderasi

H_{2.2} menyatakan harga saham mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan ROE terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai *T-Statistic* sebesar 3,020 lebih besar dari *t*-tabel 1,96 dan *P-Value* sebesar 0,003 kurang dari 0,05. Nilai koefisien jalur 1,161 menunjukkan terdapat hubungan positif antara ROE yang dimoderasi harga saham terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian harga saham mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan oleh ROE terhadap nilai perusahaan atau H_{2.2} diterima.

- c) Pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan dengan harga saham sebagai variabel moderasi

H_{2.3} menyatakan harga saham mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan ROA terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai *T-Statistic* sebesar 3,198 lebih besar dari *t*-tabel 1,96 dan *P-Value* sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Nilai koefisien jalur 1,195 menunjukkan terdapat hubungan positif antara ROA yang dimoderasi harga saham terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian harga saham mampu memoderasi pengaruh

profitabilitas yang diproksikan oleh ROA terhadap nilai perusahaan atau H_{2.3} diterima.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

4.2.1.1 Pengaruh *Earning per Share* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mindra dan Erawati (2014) yang menyatakan bahwa *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga adanya kenaikan atau penurunan nilai *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Earning per share merupakan bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham terhadap setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2011). Marfuatun (2012) dalam Ramdhani dan Setyanusa (2013) menjelaskan semakin tinggi nilai EPS perusahaan, maka semakin tinggi pula *earning* yang akan diterima para pemegang saham. Hasil penelitian tidak mendukung *signalling theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor (Brigham dan Houston, 2010).

Signalling theory menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat mempengaruhi investor dalam meningkatkan permintaan saham. Meningkatnya profitabilitas menunjukkan kinerja manajemen yang semakin baik, sehingga keuntungan yang akan diperoleh oleh pemegang saham juga semakin besar. Sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya profitabilitas menunjukkan keuntungan semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. Keuntungan ini nantinya dapat digunakan perusahaan untuk membiayai operasinya. Sehingga

apabila semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk operasi perusahaan, maka *earning* yang diterima pemegang saham akan turun. Penurunan *earning* nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan menjadi turun. Chandra (2020) menerangkan bahwa investor akan melakukan penilaian kinerja perusahaan untuk mengevaluasi apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Perusahaan besar biasanya mempunyai *earning per share* yang tinggi sehingga nilai perusahaannya juga meningkat.

Dalam perdagangan saham, salah satu faktor yang sangat berpengaruh adalah *earning per share* (Fahmi, 2011). *Earning per share* (EPS) merupakan salah satu rasio keuangan yang berfungsi menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Investor akan mempertimbangkan pertumbuhan *earning per share* dalam melakukan investasi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryati dan Ayem (2014), Irayanti dan Tumbel (2014) serta Chandra (2020) yang menerangkan *earning per share* (EPS) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan apabila perusahaan mempunyai EPS yang tinggi, maka keuntungan yang dibagikan kepada pemegang saham juga akan tinggi. Sehingga kesejahteraan pemegang saham meningkat yang akan membuat nilai perusahaan semakin baik.

4.2.1.2 Pengaruh *Return on Equity* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mindra dan Erawati (2014) yang menyatakan bahwa *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Mindra dan Erawati (2014), Sudiani dan Darmayanti (2016), Hasibuan, dkk (2016), Fajaria (2018), Pasaribu (2019), dan Sugosha (2020) yang menerangkan *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga adanya kenaikan nilai *return on equity* akan membuat nilai perusahaan juga meningkat.

Kasmir (2012) menjelaskan *return on equity* adalah rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Fahmi (2011) menerangkan nilai *return on equity* yang tinggi dan secara konsisten bertahan mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai keunggulan yang tahan lama dalam persaingan. Selanjutnya, hal ini juga menunjukkan bahwa investasi yang kita lakukan dalam bentuk modal para pemegang saham akan tumbuh pada suatu tingkat pertumbuhan tahunan yang tinggi, dimana hal ini akan mengarahkan harga saham yang tinggi di masa depan. Sehingga ROE perusahaan yang tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Sudiani dan Darmayanti, 2016).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Sussanto (2013) dan Rahayu (2018) yang menerangkan bahwa *return on equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga terjadinya kenaikan atau penurunan ROE tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor penting yang seharusnya menjadi perhatian bagi suatu perusahaan dimana untuk melangsungkan usahanya perusahaan harus dalam keadaan yang *profitable* sehingga hal ini dapat menarik modal dari luar (Rahayu, 2018).

Hasil penelitian ini mendukung *signalling theory* dimana perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor (Brigham dan Houston, 2010). Profitabilitas dianggap sebagai sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor terhadap manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang *profitable* akan lebih disukai oleh para investor sehingga nilai perusahaan menjadi semakin baik.

4.2.1.3 Pengaruh *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan *return on assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mindra dan Erawati (2014) yang menyatakan bahwa *earning per share* tidak

berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), Utomo (2016), Sabrin, et al (2016), Pioh, dkk (2018), Husna dan Satria (2019) serta Chandra (2020) yang menerangkan *return on assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan dengan ROA yang tinggi akan berpengaruh positif sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Husna dan Satria (2019)).

Kasmir (2012:201) menjelaskan *return on assets* (ROA) menunjukkan hasil pengembalian (return) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. Kasmir (2012) menerangkan nilai ROA yang semakin tinggi menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga meningkatnya ROA akan berdampak pula pada kesejahteraan pemegang saham yang juga akan semakin baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan oleh ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Putranto (2012) dan Sussanto (2013) bahwa *return on assets* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga terjadi kenaikan ROA justru akan menurunkan nilai perusahaan. Sebaliknya apabila ROA menurun hal ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Hal ini dapat terjadi karena dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan maka biaya operasi juga akan meningkat. Kenaikan biaya operasi menyebabkan perusahaan lebih banyak mengeluarkan biaya sehingga return yang didapat berkurang. Hal ini berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga dengan peningkatan profitabilitas akan menyebabkan nilai perusahaan turun.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang berfungsi menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan (Kasmir, 2012). Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang krusial bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan usahanya serta akan mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Putra (2020) menjelaskan profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan sehingga

kinerja perusahaan akan semakin baik di mata investor dan investor akan meresponnya sebagai sinyal positif yang akan meningkatkan nilai perusahaan

Tanggung jawab manusia di muka bumi adalah mengelola apa yang telah disediakan Allah SWT secara efisien agar mampu memberikan manfaat yang optimal agar keadilan dan kesejahteraan dapat ditegakkan. Islam tidak melarang umatnya untuk mencari keuntungan yang besar selama itu masih berada dalam etika islami. Siddiqi menjelaskan perlunya memperoleh keuntungan maksimal, namun hal itu harus didasari oleh suka sama suka dalam Islam sebab hal tersebut akan mengarahkan pada keadilan masyarakat dan memperhatikan kesejahteraan orang lain (Sobana, 2017).

Islam melarang umatnya untuk mengambil keuntungan dengan jalan menipu. Hal ini sesuai firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat di atas menjelaskan mengenai hukum transaksi secara umum, khususnya pada transaksi perdagangan, jual beli dan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta seperti harta anak yatim, mahar dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang bathil, yaitu jalan yang tidak dibenarkan syariat Islam. Kita hanya diperbolehkan melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha dan saling ikhlas.

4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Harga Saham

4.2.2.1 Pengaruh EPS Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Harga Saham

Hasil pengujian menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa harga saham tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas yang diproksikan *earning per share* terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Sehingga semakin mahal atau murah harga saham maka hal ini tidak mampu mempengaruhi hubungan antara *earning per share* terhadap nilai perusahaan.

Earning per share merupakan bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham terhadap setiap lembar saham yang dimiliki (Fahmi, 2011). Salah satu faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham dari kondisi internal adalah laporan keuangan perusahaan yakni *earning per share*. Hasil ini tidak mendukung *signalling theory* dimana investor akan merespons profitabilitas perusahaan sebagai sinyal positif. Brigham dan Houston (2010) perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor. Apabila profitabilitas perusahaan naik maka akan membuat nilai perusahaan juga semakin baik sehingga harga saham akan naik (Haryadi, 2016).

Fahmi (2011) menjelaskan bahwa harga saham dapat dipengaruhi oleh faktor fundamental (internal) perusahaan dan faktor ekonomi (eksternal) perusahaan. Dari sisi ekonomi (eksternal) perusahaan, adanya regulasi mengenai kenaikan tarif cukai tembakau membawa sentimen negatif terhadap industri rokok yang akhirnya menyebabkan menurunnya kinerja perusahaan dan laba bersih perusahaan namun tidak dengan harga sahamnya. Sehingga meskipun profitabilitas dan nilai perusahaan menurun namun hal ini tidak diikuti oleh penurunan harga saham *consumer goods*.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh data pertumbuhan dari *earning per share*, harga saham dan nilai perusahaan *consumer goods* periode 2016-2019. Pada tahun 2018, nilai EPS turun dari Rp 175/lembar menjadi Rp 149/lembar. Nilai perusahaan yang diproksikan PBV juga turun dari 7,0 menjadi 5,5. Sedangkan harga saham pada tahun 2018 justru mengalami kenaikan dari Rp 115.697,00 menjadi Rp 156.791,00. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tidak menggunakan informasi mengenai harga saham sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah profitabilitas yang diproksikan *earning per share* dalam melakukan penilaian perusahaan. Sehingga dalam melakukan penilaian perusahaan, harga saham tidak dapat memperkuat penilaian investor terhadap suatu perusahaan.

4.2.2.2 Pengaruh ROE Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Harga Saham

Hasil pengujian menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa harga saham mampu memoderasi hubungan profitabilitas yang diproksikan *return on equity* terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Sehingga semakin mahal atau murah harga saham maka hal ini akan mempengaruhi hubungan antara *return on equity* terhadap nilai perusahaan.

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan laba atas ekuitas (Fahmi, 2011). Salah satu faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham dari kondisi internal adalah laporan keuangan perusahaan yakni *return on equity*. Menurut Thiono (2006) dalam Serang dan Pontoh (2011), *signalling theory* menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai motivasi untuk memberikan informasi terkait laporan keuangan kepada pihak eksternal. Hasil ini mendukung *signalling theory* dimana investor akan merespons profitabilitas perusahaan sebagai sinyal positif. Brigham dan Houston (2010) perusahaan akan cenderung memberikan sinyal kepada investor tentang bagaimana manajemen

memandang perusahaan karena profitabilitas dianggap memberikan informasi kepada investor.

Hal ini menunjukkan bahwa pasar menggunakan informasi mengenai harga saham sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah profitabilitas yang diproksikan *return on equity* dalam melakukan penilaian perusahaan. Sehingga dalam melakukan penilaian perusahaan, harga saham dapat memperkuat penilaian investor terhadap suatu perusahaan. Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit meningkat, maka harga saham juga akan naik. Harga saham yang tinggi, biasanya membuat nilai perusahaan juga tinggi (Ayem, 2014).

4.2.2.3 Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Harga Saham

Hasil pengujian menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa harga saham mampu memoderasi hubungan profitabilitas yang diproksikan *return on assets* terhadap nilai perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Sehingga semakin mahal atau murah harga saham maka hal ini akan mempengaruhi hubungan antara *return on assets* terhadap nilai perusahaan.

Return on assets (ROA) menunjukkan hasil pengembalian (return) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan (Kasmir, 2012). Salah satu faktor yang mempengaruhi pergerakan harga saham dari kondisi internal adalah laporan keuangan perusahaan yakni *return on assets*. Kasmir (2012) menerangkan nilai ROA yang semakin tinggi menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga meningkatnya ROA akan berdampak pula pada kesejahteraan pemegang saham yang juga akan semakin baik.

Brigham dan Houston (2010) menerangkan nilai ROA perusahaan lebih tinggi dari nilai rata-rata industri, maka hal ini mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dikarenakan tingkat pengembalian atas investasi juga akan semakin tinggi pula dan begitu pula sebaliknya apabila nilai ROA perusahaan lebih rendah

dari nilai rata-rata industri, maka hal ini mencerminkan kinerja perusahaan yang kurang baik dikarenakan tingkat pengembalian atas investasi juga akan semakin rendah. Ayuningtyas dan Kurnia (2013) menjelaskan profitabilitas yang tinggi akan membuat harga saham semakin mahal dan nilai perusahaan meningkat.

Hasil ini mendukung *signalling theory* bahwa profitabilitas yang tinggi dapat mempengaruhi investor dalam meningkatkan permintaan saham. Meningkatnya profitabilitas menunjukkan kinerja manajemen yang semakin baik, sehingga keuntungan yang akan diperoleh oleh pemegang saham juga semakin besar. Apabila semakin banyak investor yang menginginkan saham perusahaan tersebut, hal ini akan menyebabkan harga saham menjadi mahal dan nilai perusahaan meningkat. Adanya berita baik (*good news*) menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang bagus ke depan yang dilihat dari kemampuannya menghasilkan keuntungan menggunakan aset yang dimilikinya. Hal ini kemudian akan menyebabkan peningkatan volume perdagangan saham dan peningkatan nilai perusahaan.

Dalam Al-Qur'an, salah satu komponen dasar yang dapat menguntungkan bisnis yakni investasi yang prospektif karena kekayaan Allah tanpa batas dan tidak akan habis. Untuk itu menentukan pilihan terbaik untuk mencari dan memperoleh keuntungan yang Allah janjikan dengan mengambil kesempatan-kesempatan yang ada. Di dalam Al-Qur'an rahmat Allah digambarkan sebagai sesuatu yang lebih baik dari segala kenikmatan yang ada di dunia. Jika mardhatillah (mencari keridhaan Allah) menempati prioritas paling puncak, tentu saja investasi untuk mencapai itu menjadi investasi terbaik atau prospektif dari segala jenis investasi lainnya.

Allah berfirman dalam QS. Al-Mulk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Ayat di atas mengandung arti mengenai dorongan kepada kita untuk mencari rizqi dan bekerja, serta mencari nikmat-nikmat Allah yang telah disediakan dan memanfaatkannya. Namun, ada hal yang perlu diingat bahwasanya kita akan kembali kepada-Nya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019 maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas yang diproksikan oleh *Earning per Share* (EPS) tidak berpengaruh nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
2. Profitabilitas yang diproksikan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Sehingga apabila *Return on Equity* perusahaan meningkat, maka hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Begitu pula apabila *Return on Equity* perusahaan menurun, maka nilai perusahaan juga akan turun.
3. *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Sehingga apabila *Return on Assets* perusahaan meningkat, maka hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Begitu pula apabila *Return on Assets* perusahaan menurun, maka nilai perusahaan juga akan turun.
4. Harga saham tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan oleh *Earning per Share* (EPS) terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel moderasi harga saham tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh oleh *Earning per Share* terhadap nilai perusahaan.
5. Harga saham mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Hasil ini menunjukkan

bahwa variabel moderasi harga saham dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh oleh *Return on Equity* terhadap nilai perusahaan.

6. Harga saham mampu memoderasi pengaruh profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel moderasi harga saham dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh oleh *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi investor, dalam melakukan penilaian perusahaan sebaiknya investor perlu memperhatikan profitabilitas, harga saham dan nilai perusahaanya. Sebab hal tersebut berguna dalam melakukan penilaian sehingga dapat dijadikan pertimbangan sebelum memutuskan untuk berinvestasi.
2. Bagi perusahaan, hendaknya perusahaan terus meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari profitabilitas. Sebab, apabila profitabilitas perusahaan meningkat maka dapat menarik minat investor terhadap perusahaan. Sehingga perusahaan akan memperoleh modal tambahan dari luar perusahaan. Karena meningkatnya profitabilitas menunjukkan manajemen perusahaan yang baik dalam menghasilkan keuntungan sehingga hal ini akan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan objek penelitian lainnya sehingga tidak hanya terfokus pada sektor *consumer goods*. Kemudian peneliti juga dapat menambah durasi periode pengamatan serta menyesuaikan dengan fenomena atau *trend* perubahan kondisi ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. Sartono. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Al-Qur'an Mushaf Per Kata Tajwid. (2010). Bandung: Jabal
- Aziliya, Dara., & Hafiyyan. (2018). *Kinerja Emiten Top-7 Kinclong, Diyakini Berlanjut Hingga Akhir 2018*.
<https://market.bisnis.com/read/20181029/190/854208/kinerja-emiten-top-7-kinclong-diyakini-berlanjut-hingga-akhir-2018> (diakses pada 15 Juni, 2021, pkl 14:10)
- Brigham, Eugene. F., dan Houston, Joel. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Chandra, A., Arie, P.P., Leoni A., Henny., Felicia A., & Faby, C.J. (2020). Pengaruh Earning Per Share, Kebijakan Dividen, Arus Kas, Leverage Dan Return On Assets Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 15(1), 1-13
- Darmadji, Tjiptono., & Fakhrudin. (2012). *Pasar Modal di Indonesia*. Edisi ketiga. Jakarta : Salemba Empat
- Dewanti, Hana. C., & Susi Handayani. (2019). analisis determinan nilai perusahaan pada perusahaan maufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2017. *Jurnal akuntansi UNESA*. Vol. 8(1), 1-9
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung : Alfabeta
- Fajaria, A.Z., & Isnalita. (2018). The Effect Of Profitability, Liquidity, Leverage And Firm Growth Of Firm Value With Its Dividend Policy As A Moderating Variable. *International Jornal Of Managerial Studies And Research*, 6(10), 55-69
- Ghazali, Imam., & Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Square Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd edition)*. Semarang : Universitas Doponegoro

- H. Yuliawan. (2018). *Saham Sektor Consumer Goods Diprediksi Positif di Tahun 2019*. <https://investasi.kontan.co.id/news/saham-sektor-consumer-good-diprediksi-melaju-positif-di-tahun-2019> (dikutip 26 April 2021, pk1 20:14)
- Hamdi, Asep. Saipul., E. Bahrudin. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Hamidah, Ghina., & Nana Umdiana. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 90-106
- Harmono. (2014). *Manajemen Keuangan Balanced Scorecard*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Haryadi, Entis. (2016). Pengaruh Size Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 84-100
- Haryati, W., & S. Ayem. (2014). Pengaruh Return On Assets, Debt To Equity Ratio, dan Earning PerShare Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 2(1), 43-55
- Hasibuan, V., M. Dzulkirom., & N. G. Wi Endang NP. (2016). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(1), 139-147
- Hermuningsih, Sri. (2013). Profitability, Growth Opportunity, Capital Structure And The Firm Value. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 16(2), 232-242
- Husna, A., & I. Satria. (2019). Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50-54

- Husnan, Suad., dan Pudjiastuti, E. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam, Cet. 1. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Irayanti, D., & A. L. Tumbel. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di BEI. *Jurnal Emba*, 2(3), 1473-1482
- Jogiyanto. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE
- Jogiyanto. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: BPFE
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kurnia, D. 2019. Profitabilitas, Kebijakan Deviden dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 178-187
- Kurniasari, W., & Y. Warastuti. (2015). The Relationship Between CSR and Profitability to Firm Value in Sri-Kehati Index . *International Journal of Economic Behaviour*, 5(1), 31-41
- Kurniawan, I.G.E., & I.N.W Asmara. (2019). The Effect of Profitability, Debt Policy, and Dividend Policy on Company Value. *e-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1783-1800
- Le Ha, N.T., & B.T. Minh. (2018). Determinants Of Firm Value In Vietnam : A Research Framework. *International Journal Of Science And Research*, 9(1), 626-631
- Listiadi, A. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Manifestasi Pembelajaran Investasi. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 197-213
- Mariani, Desi., & Suryani. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator. (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Dan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015).

Jurnal Akuntansi Dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur, Vol 7(1), 59-78

Martono., Harjito, D. Agus. (2005). *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama Cetakan Pertama. Yogyakarta: EKONISIA

Mery, K.N. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014. *JOM Fekon*, 4(1), 2000-2014

Mindra, S., & Teguh, Erawati. 2014. Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011). *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 10-22

Muamar, Yazid. (2018). *Pertumbuhan Industri Barang Konsumsi Dinilai Melambat*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20181019191302-17-38252/pertumbuhan-industri-barang-konsumsi-dinilai-melambat>. (dikutip 16 Mei 2021, pkl 10:42)

Muamar, Yazid. (2019). *Anjlok Hampir 20, Indeks Sektor Konsumer Belum Juga Bangkit*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20191115140836-17-115584/anjlok-hampir-20-indeks-sektor-konsumer-belum-juga-bangkit>. (dikutip 16 Mei 2021, pkl 11:10)

Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty

Nawawi, Ismail. (2012). *Fikih Muamalah Klasik Dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia

Pasaribu, U.R., N. Nuryartono., & T. Andati. (2019). An Empirical Analysis Of Internal And External Factors Of Firm Value. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 441-454

- Pink, Bidara. (2019). Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Di Kwartal Iii 2019 Turun, Begini Kata Ekonom. <https://nasional.kontan.co.id/news/pertumbuhan-konsumsi-rumah-tangga-di-kuartal-iii-2019-turun-begini-kata-ekonom?page=2> (diakses pada 15 Juni 2021, pkl 13:23)
- Pioh, H.T., Parengkuan T., & Jantje L. Sepang. (2018). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Earning Per Share Dan Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sector Food And Beverages Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 3018-3027
- Prasetyorini, B.P. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183-196
- Pratomo, Adhi. (2019). *Kinerja Sektor Consumer Diprediksi Meningkat Tahun Ini*. <https://www.lantaibursa.id/2019/01/kinerja-sektor-consumer-diprediksi-meningkat-pada-tahun-ini/> (diakses pada 15 Juni 2021).
- Prima, Benedicta. (2020). *Jeblok Tahun Lalu, Saham Sektor Barang Konsumsi Diprediksi Rebound Tahun Ini*. <https://investasi.kontan.co.id/news/jeblok-tahun-lalu-saham-sektor-barang-konsumsi-diprediksi-rebound-tahun-ini> (dikutip 26 April 2021, pkl 20:17)
- Purwanti, Y.D., dan Preatmi Nurastuti. (2020). Pengaruh Analisis Fundamental Dan Risiko Sistematis Terhadap Harga Saham Pada Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 103-118
- Putranto, P. (2012). Effect Of Managerial Ownership And Profitability On Firm Value (Empirical Study On Food And Beverage Industrial Sector Company 2012 To 2015). *European Journal of Business and Management*, 10(25), 96-194
- Rahayu, Maryati., & Bida Sari. (2018). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Ikraith Humaniora*, 2(2), 69-76

- Rakasiwi, F.W., Ari Pranaditya., & Rita Andini. (2017). Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales growth dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 –2015. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Akuntansi*, 1-15
- Ramdhani, Gilang., & Intan, Budi. Setyanusa. (2013). Pengaruh Laba Per Lembar Saham (EPS) dan Risiko Pengembalian Modal (ROE) Terhadap Harga Saham. *Jurnal Riset Akuntansi*, 5(1), 21-38
- Sabrin., Buyung, S., Dedy, T., & S. Sujono. (2016). The Effect Profitability On Firm Value In Manufacturing Company At Indonesia Stock Exchange. The *International Journal of Engineering And Science*, 5(10), 81-89
- Saragih. (2019). babak belur, saham hmsh dan ggrm sempat anjlok lebih dari 20%. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190916091135-17-99627/babak-belur-saham-hmsh-ggrm-sempat-anjlok-lebih-20> (diakses pada 15 Juni 2021, pk1 13:29).
- Sari, I.A.G.D., & I.B.P. Sedana. (2020). Profitability and Liquidity on Firm Value and Capital Structure as Intervening Variable. *International Research Journal, IT and Social Sciences*, 7(1), 116-127
- Serang, David., & Winston Pontoh. (2011). Analisis Pengaruh Tingkat Pengembalian Aktiva Terhadap Harga Saham Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Saham Perusahaan Lq-45 Periode 2004-2008). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Unstrat*, Vol 2(2), 3-17
- Simamora, Novita. S. (2017) saham-saham konsumen kian diminati investor. <https://market.bisnis.com/read/20170303/190/633538/saham-saham-konsumer-kian-diminati-investor> (dikutip 15 Juni 2021, pk1 12:43)
- Simamora, Novita. S. (2017). *Emiten Consumer Goods Diprediksi Tumbuh 10-13%*. <https://market.bisnis.com/read/20170126/7/623213/emiten->

consumers-good-diprediksi-tumbuh-10-13. (dikutip 26 April 2021, pkl 20:19)

- Sintyana, I Putu. H., & Luh Gede Sri Artini. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(2), 7717–7745
- Sucuahi, William., & J.M Cambarihan. (2016). Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*, 5(2), 149-153
- Sudana, I Made. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sudianini, N.K.A., & N.P.A. Darmayanti. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4545-4574
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugosha, M.J., & L.G.S Artani. (2020). The Role of Profitability in Mediating Company Ownership Structure and Size of Firm Value in the Pharmaceutical Industry on the Indonesia Stock Exchange. *International Research Journal, IT and Social Sciences*, 7(1), 104-115
- Sujoko., & Soebiantoro. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Inter dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 41-48
- Sunardi, Nardi., & R.D.I Permana. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 2(2), 62-72
- Sussanto, H., & Carningsih. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *UG Jurnal*, 7(7), 9-11

- Tamara, Nazmi.H. (2020). *Lesunya Konsumsi Masyarakat Yang Memukul Kinerja Perusahaan Konsumer*.
<https://katadata.co.id/nazmi/analisisdata/5e9a57afa440e/lesunya-konsumsi-masyarakat-yang-memukul-kinerja-perusahaan-konsumer> (dikutip 15 Juni 2021, pkl 12:27)
- Tandelilin, Eduardus. (2011). *Portofolio dan Investasi (Teori Dan Aplikasi)*. Yogyakarta : Kanisius
- University Binus. (2019). Keadaan FMCG di Indonesia.
<https://bbs.binus.ac.id/bbslab/2019/11/keadaan-fmcg-di-indonesia/>
 (diakses pada 15 Juni 2021, pkl 13:18)
- Utomo, N.A. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 5(1), 82-94
- Vazquez, Dolores.G., & Hernandez, M. Isabel. S. 2014. Structural Analysis Of The Strategic Orientation to Environmental Protection In Smes. *Business Research Quaterly*, 17(2), 115-128
- Weston, J.F., Copeland. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Jilid II*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Wijaya, Bayu. I. & I.B. Panji S. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Deviden Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(12), 4477-4500
- Yoliawan, H. (2019). Saham Sektor Consumer Goods Diprediksi Melaju Positif Di Tahun 2019. <https://investasi.kontan.co.id/news/saham-sektor-consumer-good-diprediksi-melaju-positif-di-tahun-2019> (dikutip pada 19 Juni 2021, pkl 18:51)
- Yulianti. (2010). Direct Financial Market: Islamic Equity Market (Bursa Saham Dalam Islam). *Jurnal Al-Mawarid*, Vol 9(1), 17-38

Yunianti, Devi., & Dudi, Hendaryan. (2017). Pengaruh Return On Equity dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA)*, 1(3), 22-32

Lampiran 1. Populasi Penelitian

No.	Kode	Nama
1.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
2.	AISA	PT. FKS Food Sejahtera Tbk.
3.	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
4.	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
5.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
6.	CAMP	PT. Campina Icecream Industry Tbk.
7.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
8.	CINT	PT. Chitose International Tbk.
9.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
10.	DVLA	Darya Varia Labotaria Tbk.
11.	GGRM	Gudang Garam Tbk.
12.	HMSP	HM Sampoerna Tbk.
13.	HRTA	PT. Hardinata Abadi Tbk.
14.	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk.
15.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
16.	IIKP	Inti Agri Resources Tbk.
17.	INAF	Indofarma Tbk.
18.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
19.	KAEF	Kimia Farma Tbk.
20.	KICI	Kedaung Indah Can Tbk.
21.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.
22.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
23.	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.
24.	MBTO	Martina Berto Tbk.
25.	MERK	Merck Tbk.
26.	MGNA	PT. Magna Investasi Mandiri Tbk.
27.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
28.	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
29.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
30.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk.
31.	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
32.	RMBA	Bentoel International Investama Tbk.
33.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
34.	SCPI	Merck Sharp Dohme Parma Tbk.
35.	SIDO	Sidomulyo Selaras Tbk.
36.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
37.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
38.	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
39.	TSPC	Tempo Scan Pacifik Tbk.
40.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk.
41.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
42.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.

43.	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk.
-----	------	------------------------------

Lampiran 2. Sampel Penelitian

No.	Kode	Nama
1.	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
2.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3.	CAMP	PT. Campina Icecream Industry Tbk.
4.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5.	CINT	PT. Chitose International Tbk.
6.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
7.	DVLA	Darya Varia Labotaria Tbk.
8.	GGRM	Gudang Garam Tbk.
9.	HMSP	HM Sampoerna Tbk.
10.	HRTA	PT. Hardinata Abadi Tbk.
11.	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk.
12.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
13.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
14.	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.
15.	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
16.	MERK	Merck Tbk.
17.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
18.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
19.	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
20.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
21.	SCPI	Merck Sharp Dohme Parma Tbk.
22.	SIDO	Sidomulyo Selaras Tbk.
23.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
24.	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
25.	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
26.	TSPC	Tempo Scan Pacifik Tbk.
27.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk.
28.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
29.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
30.	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk.

Lampiran 3. Data Laba Bersih Variabel Penelitian

No.	Emiten	2016	2017	2018	2019
1.	ADES	56,019	38.623	58,903	86,023
2.	BUDI	36,9	40,965	49,78	81,329
3.	CAMP	49.80	41,408,953,772	65,166,017,439	74,981,135,207
4.	CEKA	248,026,599,376	104,374,073,339	100,378,388,775	214,147,120,992
5.	CINT	20.619.309.858	64,041,340,293	16,605,424,232	6,586,220,485
6.	DLTA	254.509	279.773	347,689	312,114
7.	DVLA	145,119,664	148,312,987	203,324,139	219,199,794
8.	GGRM	6,586,081	7,703,622	7,968,008	10,800,102
9.	HMSP	12,530,201	12,483,134	13,629,251	13,932,030
10.	HRTA	171.577	112,434,479,324	123,814,326,619	150,248,318,764
11.	HOKI	43.822.031.348	47,056,065,297	92,570,914,640	103,273,133,280
12.	ICBP	3.631,3	3,531,220	5,206,867	5,736,489
13.	INDF	4.984,3	4,991,269	6,350,788	6,588,662
14.	KINO	181.110	121,129,837,575	179,025,676,787	534,040,428,097
15.	KLBF	2.350.884.933.551	2,442,945,312,37	2,552,706,945,62 4	2,513,242,403,09 0
16.	MERK	153.929.187	155,964,972	1,168,442,960	75,731,257
17.	MLBI	979,530	1,320,897	1,228,041	1,207,074
18.	MYOR	1.388.676.127.665	1,570,140,423,23 2	1,804,748,133,19 7	2,020,050,505,64 9
19.	PYFA	4.286.731.230	4,898,942,284	10,071,560,089	7,938,752,763
20.	ROTI	279.777.368.831	124,467,558,054	136,301,090,897	221,853,474,024
21.	SCPI	133.396.714	121.528.611	135,437,872	114,594,952
22.	SIDO	125.410	522,719	660,668	802,121
23.	SKLT	169.180.507.911	14,526,810,606	36,017,897,922	46,740,939,016
24.	STTP	170.805.302.545	215,838,898,689	258,245,878,592	486,438,560,251
25.	TCID	150.724.362.762	157,605,162,569	196,574,162,185	131,128,652,163
26.	TSPC	526,651,718,634	461,697,432,471	553,039,101,876	568,499,070,298
27.	ULTJ	699.895	701,364	702,345	1,030,191
28.	UNVR	5.957.507	7,107,230	9,357,937	7,090,157
29.	WIIM	99.951	19,591,392,031	27,145,441,554	33,195,826,162
30.	WOOD	647.991.100.057	169,621,061,001	530,726,375,398	253,568,873,330

Lampiran 4. Data Jumlah Lembar Saham Beredar

No.	Emiten	2016	2017	2018	2019
1.	ADES	589,896,800	589,896,800	589,896,800	589,896,800
2.	BUDI	4,498,997,362	4,498,997,362	4,498,997,362	4,498,997,362
3.	CAMP	5,885,000,000	5,885,000,000	5,885,000,000	5,885,000,000
4.	CEKA	48.253.000	37.047.900	9.444.706	595.000.000
5.	CINT	1.000.000.000	1.000.000.000	1.000.000.000	1.000.000.000
6.	DLTA	800.659.050	800.659.050	800.659.050	800.659.050
7.	DVLA	1.115.925.300	1,115,925,300	1,115,946,100	1,118,755,400
8.	GGRM	1,924,088	1,924,088,000	1,924,088	1,924,088
9.	HMSP	116,318,076,900	116,318,076,900	116,318,076,900	116,318,076,900
10.	HRTA	4,605,262,400	4,605,262,400	4,605,262,400	4,605,262,400
11.	HOKI	165.000.000.000	235.000.000.000	237.483.462.000	237.840.550.000
12.	ICBP	11.661.908.000	11.661.908.000	11.661.908.000	11.661.908.000
13.	INDF	8.780.426.500	8.780.426.500	8.780.426.500	8.780.426.500
14.	KINO	1.428.571.500	1,428,571,500	1,428,571,500	1,428,571,500
15.	KLBF	46.875.122.110	46,875,122,110	46,875,122,110	46,875,122,110
16.	MERK	448,000,000	448,000,000	448,000,000	448,000,000
17.	MLBI	2,107,000,000	2,107,000,000	2,107,000,000	2,107,000,000
18.	MYOR	22.358.699.725	22.358.699.725	22.358.699.725	22.358.699.725
19.	PYFA	535.080.000	535.080.000	535.080.000	535.080.000
20.	ROTI	5.061.800.000	6.186.488.888	6.186.488.888	6.186.488.888
21.	SCPI	3,600,000	3.600.000	3,600,000	3,600,000
22.	SIDO	15.000.000.000	15.000.000.000	15.000.000.000	15.000.000.000
23.	SKLT	690.740.500	690.740.500	690.740.500	690.740.500
24.	STTP	1.310.000.000	1.310.000.000	1.310.000.000	1.310.000.000
25.	TCID	201.066.667	201.066.667	201.066.667	201.066.667
26.	TSPC	4.500.000.000	4.500.000.000	4.500.000.000	4.500.000.000
27.	ULTJ	2.888.382.000	2.888.382.000	11.553.528.000	11.553.528.000
28.	UNVR	7.630.000.000	7.630.000.000	7.630.000.000	7.630.000.000
29.	WIIM	2.099.873.760	2.099.873.760	2.099.873.760	2.099.873.760
30.	WOOD	5.000.000.000	6.250.000.000	6.306.250.000	6.306.250.000

Lampiran 5. Data Total Equity

No.	Emiten	2016	2017	2018	2019
1.	ADES	384,388	423,011	481,914	822,375
2.	BUDI	1.165,00	1,194,700	1,226,484	1,285,318
3.	CAMP	552.84	837,911,581,216	885,422,598,655	935,392,483,850
4.	CEKA	887,920,113,728	903,044,187,067	976,647,575,842	1,131,294,696,834
5.	CINT	326.429.838.956	382,273,759,946	388,678,577,828	389,671,404,669
6.	DLTA	1.012.374	1,144,645,393	1,284,163,814	1,213,563,332
7.	DVLA	1,079,579,612	1,116,300,069	1,200,261,863	1,306,078,988
8.	GGRM	39,564,228	42,187,664	45,133,285	50,930,758
9.	HMSP	34,175,014	34,112,985	35,358,253	35,679,730
10.	HRTA	569,301,722,481	996,515,466,805	1,092,723,219,024	1,211,246,898,396
11.	HOKI	220.074.121.683	475,980,511,759	563,167,578,239	641,567,444,819
12.	ICBP	18.500,80	20,324,330	22,707,150	26,671,104
13.	INDF	43.941,40	47,102,766	49,916,800	54,202,488
14.	KINO	1.952.072	2,055,170,880,109	2,186,900,126,396	2,702,862,179,552
15.	KLBF	12.463.847.141.085	13,894,031,782,689	15,294,594,796,354	16,705,582,476,031
16.	MERK	582.672.469	615,437,441	518,280,401 T	594,011,658
17.	MLBI	820,640	1,064,905	1,167,536	1,146,007
18.	MYOR	6.265.255.987.065	7,354,346,366,072	8,542,544,481,694	9,899,940,195,318
19.	PYFA	105.508.790.427	108,856,000,711	118,927,560,800	124,725,993,563
20.	ROTI	1.442.751.772.026	2,820,105,715,429	2,916,901,120,111	3,092,597,379,097
21.	SCPI	234.268.825	357.150.110	502,405,327	617,000,279
22.	SIDO	2.757.885	2,895,865	2,902,614	3,064,707
23.	SKLT	296.151.295.872	307,569,774,228	339,236,007,000	380,381,947,966
24.	STTP	1.168.512.137.670	1.384.772.068.360	1,646,387,946,952	2,148,007,007,980
25.	TCID	1.783.158.507.325	1,858,326,336,424	1,972,463,165,139	2,019,143,817,162
26.	TSPC	4.635.273.142.692	5,082,008,409,145	5,432,848,070,494	5,791,035,969,893
27.	ULTJ	3.849.233	4,197,711	4,774,956	5,655,139
28.	UNVR	4.704.258	5,173,388	7,383,667	5,281,862
29.	WIIM	991.093	978,091,361,111	1,005,236,802,665	1,033,170,577,477
30.	WOOD	1.430.032.981.826	1,912,624,105,680	2,450,039,514,752	2,703,608,388,082

Lampiran 6. Data Total Assets

No.	Emiten	2016	2017	2018	2019
1.	ADES	767,479	840.236	881,275	822,375
2.	BUDI	2.931,80	2,939,456	3,392,980	2,999,767
3.	CAMP	1,031.04	1,211,184,522,65 9	1,004,275,813,78 3	1,057,529,235,98 5
4.	CEKA	1,425,964,152418	1,392,636,444,50 1	1,168,956,042,70 6	1,393,079,542,07 4
5.	CINT	399.336.626.636	476,577,841,605	491,382,035,136	521,493,784,876
6.	DLTA	1.197.797	1,340,842,765	1,523,517,170	1,425,983,722
7.	DVLA	1,531,365,558	1,640,886,147	1,682,821,739	1,829,960,714
8.	GGRM	62,951,634	66,759,930	69,097,219	78,647,274
9.	HMSP	42,508,277	43,141,063	46,602,420	50,902,806
10.	HRTA	1,071,106,873,223	1,418,447,342,33 0	1,537,031,552,47 9	2,311,190,054,98 7
11.	HOKI	370,245,134,305	576,963,542,579	758,846,556,031	848,676,035,300
12.	ICBP	28.901,90	31,619,514	34,367,153	38,709,314
13.	INDF	82.174,50	88,400,877	96,537,796	96,198,559
14.	KINO	3.284.504	3,237,595,219,27 4	3,592,164,205,40 8	4,695,764,958,88 3
15.	KLBF	15.226.009.210.657	16,616,239,416,3 35	18,146,206,145,3 69	20,264,726,862,5 84
16.	MERK	743.934.894	847,006,544	1,263,113,689	901,060,986
17.	MLBI	2.275.038	2,510,078	2,889,501	2,896,950
18.	MYOR	12.922.421.859.142	14,915,849,800,2 51	17,591,706,426,6 34	19,037,918,806,4 73
19.	PYFA	167.062.795.608	159,563,931,041	187,057,163,854	190,786,208,250
20.	ROTI	2.919.640.858.718	4,559,573,709,41 1	4,393,810,380,88 3	4,682,083,844,95 1
21.	SCPI	1.393.083.772	1.354.104.356	1,635,702,779	1,417,704,185
22.	SIDO	2.987.614	3,158,198	3,337,628	3,536,898
23.	SKLT	568.239.939.951	636,284,210,210	747,293,725,435	790,845,543,826
24.	STTP	2.337.207.195.055	2,342,432,443,19 6	2,631,189,810,03 0	2,881,563,083,95 4
25.	TCID	2.185.101.038.101	2,361,807,189,43 0	2,445,143,511,80 1	2,551,192,620,93 9
26.	TSPC	6.585.807.349.438	7,434,900,309,02 1	7,869,975,060,32 6	8,372,769,580,74 3
27.	ULTJ	4.239.200	5,175,896	5,555,871	6,608,422
28.	UNVR	16.745.695	18,906,413	19,522,970	20,649,371
29.	WIIM	1.353.634	1,225,712,093,04 1	1,255,573,914,55 8	1,299,521,608,55 6
30.	WOOD	3.081.874.210.495	3,843,002,133,34 1	4,588,497,407,41 0	5,515,384,761,49 0

Lampiran 7. *Data Earning per Share*

Emiten	2016	2017	2018	2019
ADES	94,9	64,8	146,0	100
BUDI	7,48	9,13	10,7	13,6
CAMP	8,96	7,36	10,00	11,70
CEKA	419,7	180,5	92	294
CINT	19,3	27,7	12,8	7,1
DLTA	316,9	349,4	388	367,9
DVLA	135,8	144,9	194	211,4
GGRM	3,470	4,030	4,050	5,655
HMSP	109,7	107,3	111	116,9
HRTA	30,1	24,0	30	33,9
HOKI	18,7	20,4	40	42,7
ICBP	617,5	325,6	398	444,2
INDF	472,0	474,8	428	536,2
KINO	126	77	105	364
KLBF	49,1	51,3	51	54,5
MERK	343	323	261	175
MLBI	466,0	627,3	506	479,7
MYOR	60,6	71,3	66	65,4
PYFA	9,6	13,3	11	12,3
ROTI	55,3	28,8	22	45,6
SCPI	37,4	34,0	34,5	35,9
SIDO	32,0	35,6	43	51,4
SKLT	29,9	33,5	39	66,7
STTP	133,2	165,2	203	383,9
TCID	806	890,9	997	890,8
TSPC	119,2	120,9	125	123,4
ULTJ	243,2	60,9	72	94
UNVR	837,6	918,0	1,276	962,8
WIIM	50,6	19,3	20	9,78
WOOD	22,6	27,8	38	38,5

Lampiran 8. Data *Return on Equity*

Emiten	2016	2017	2018	2019
ADES	14,6	9,0	10,3	11,8
BUDI	3,3	3,8	3,3	3,9
CAMP	9,5	5,2	6,9	7,5
CEKA	28,1	11,9	6,0	16,7
CINT	6,3	7,8	3,5	1,9
DLTA	25,1	24,4	26,4	26,2
DVLA	14,1	14,5	18,1	18,3
GGRM	16,9	18,4	17,9	20,4
HMSP	37,3	37,1	41,1	42,6
HRTA	30,1	11,3	11,3	12,4
HOKI	19,9	10,1	17,5	16,5
ICBP	19,6	17,4	21,6	20,5
INDF	12,0	11	9,8	9,06
KINO	9,3	5,3	6,6	22,5
KLBF	18,9	17,7	16,8	12,8
MERK	26,4	23,5	225,0	13,2
MLBI	119,7	124,2	127,2	126,9
MYOR	22,2	22,2	19,1	16,2
PYFA	4,9	6,6	5,1	5,4
ROTI	19,4	4,8	3,3	9,3
SCPI	57,5	34,3	27,6	21,5
SIDO	17,4	18,4	21,7	24,3
SKLT	7,0	7,5	8,3	12,3
STTP	14,9	15,6	16,7	24,8
TCID	9,1	9,6	10,2	8,9
TSPC	11,8	11,0	10,9	9,75
ULTJ	20,3	16,9	17,7	19,9
UNVR	135,9	135,4	108,6	106,7
WIIM	10,7	4,2	4,2	2,04
WOOD	9,9	9,0	11,5	9,22

Lampiran 9. Data *Return on Assets*

Emiten	2016	2017	2018	2019
ADES	7,3	4,6	6,7	10,5
BUDI	1,3	1,6	1,2	1,5
CAMP	5,1	3,6	6,1	6,6
CEKA	17,5	7,7	4,5	14
CINT	5,2	6,2	2,8	1,4
DLTA	21,2	20,9	22,2	21,9
DVLA	9,9	9,9	12,8	12,8
GGRM	10,5	11,6	11,5	13,7
HMSP	30,0	29,4	26,3	27,8
HRTA	16,0	7,8	9,0	8,51
HOKI	11,8	8,3	12,9	12,1
ICBP	12,6	11,2	14,0	13,7
INDF	6,4	5,9	5,0	4,85
KINO	5,5	3,4	4	12,8
KLBF	15,4	14,8	14,0	13
MERK	20,7	17,1	92,1	8,7
MLBI	43,2	52,7	40,8	35
MYOR	10,8	10,9	8,4	8,0
PYFA	3,1	4,5	3,1	3,5
ROTI	9,6	3,0	2,2	6,2
SCPI	9,7	9,1	6,6	9,3
SIDO	16,1	16,9	19,8	21,8
SKLT	3,6	3,6	3,8	5,8
STTP	7,5	9,2	10,4	18,2
TCID	7,4	7,6	8,2	7,1
TSPC	8,3	7,5	7,6	7,0
ULTJ	16,7	13,7	14,9	17
UNVR	38,2	37,1	48,7	35,3
WIIM	7,9	3,3	3,3	1,6
WOOD	4,6	4,5	6,0	4,7

Lampiran 10. Harga Saham

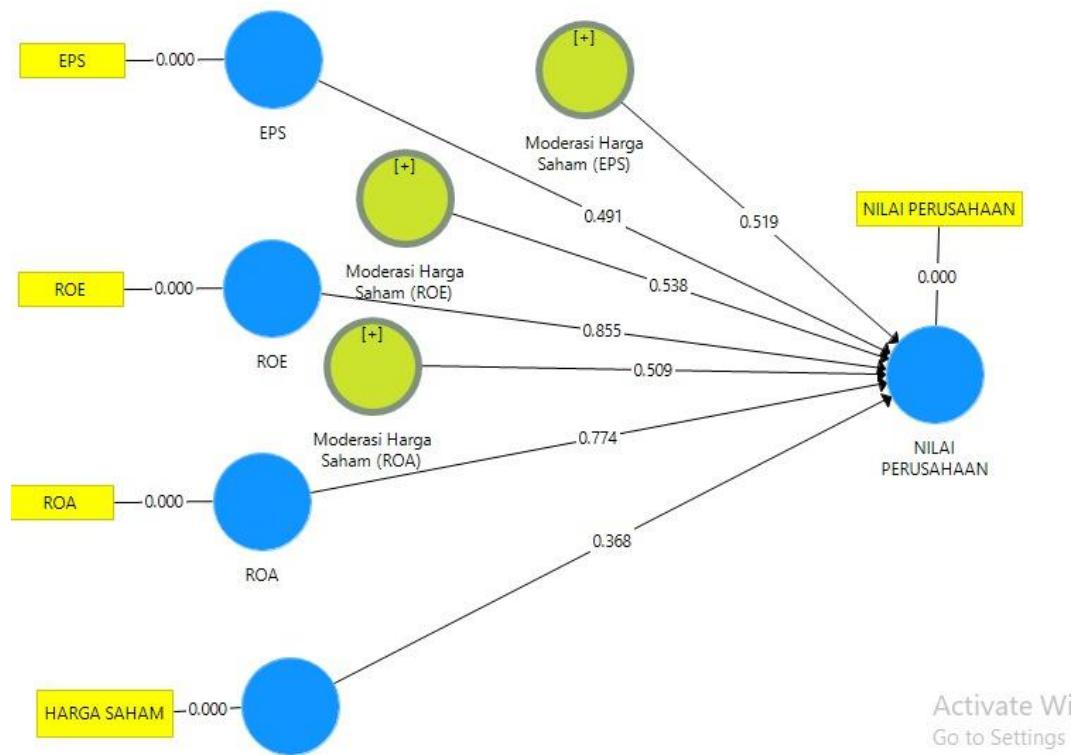
Emiten	2016	2017	2018	2019
ADES	1,000	885	920	1,045
BUDI	87	94	96	103
CAMP	955	1,185	346	374
CEKA	1,350	1,290	1,375	1,670
CINT	316	334	284	302
DLTA	5,000	4,590	5,500	6,800
DVLA	1,755	1,960	1,940	2,250
GGRM	63,900	83,000	83,625	53,000
HMSP	3,830	4,730	3,710	2,100
HRTA	284	298	306	200
HOKI	376	344	730	940
ICBP	8,575	8,900	10,450	11,150
INDF	7,925	7,625	7,450	7,925
KINO	3,030	2,120	2,800	3,430
KLBF	1,515	1,690	1,520	1,620
MERK	9,200	8,500	4,300	2,850
MLBI	11,750	13,675	16,000	15,500
MYOR	1,645	2,020	2,620	2,050
PYFA	200	183	189	198
ROTI	1,600	1,275	1,200	1,300
SCPI	29,000	29,000	29,000	29,000
SIDO	520	545	840	1,275
SKLT	308	1,100	1,500	1,610
STTP	3,190	4,360	3,750	4,500
TCID	12,500	17,900	17,250	11,000
TSPC	1,970	1,800	1,390	1,395
ULTJ	1,143	1,295	1,350	1,680
UNVR	38,800	55,900	45,400	42,000
WIIM	440	290	141	168
WOOD	234	244	615	685

Lampiran 11. Nilai Perusahaan (PBV)

Emiten	2016	2017	2018	2019
ADES	1,6	1,3	1,2	1,2
BUDI	0,3	0,4	0,4	0,4
CAMP	10,2	12,4	2,4	2,4
CEKA	0,90	0,85	0,89	0,95
CINT	0,99	0,98	0,73	0,78
DLTA	4,4	3,5	3,8	4,8
DVLA	1,8	2,0	1,8	2,0
GGRM	3,3	4,0	3,8	2,2
HMSP	13,0	16,0	12,0	6,8
HRTA	2,3	1,4	1,3	0,8
HOKI	4,0	1,7	3,2	3,6
ICBP	5,5	5,1	5,6	5,2
INDF	1,6	1,4	1,4	1,3
KINO	2,3	1,5	1,9	1,9
KLBF	6,0	6,0	4,9	4,7
MERK	7,4	6,2	3,0	2,4
MLBI	47,5	27,1	40,2	41,0
MYOR	6,4	6,7	7,5	5,1
PYFA	1,0	0,9	0,9	0,9
ROTI	6,0	5,4	2,6	2,6
SCPI	0,4	0,3	0,2	0,2
SIDO	3,1	3,0	4,3	6,0
SKLT	1,3	7,5	3,2	3,0
STTP	3,8	4,3	3,1	2,9
TCID	1,4	1,9	1,8	1,1
TSPC	1,9	1,7	1,2	1,1
ULTJ	4,0	3,6	3,3	3,6
UNVR	63,0	82,4	47,0	61,0
WIIM	1,0	0,6	0,3	0,4
WOOD	1,0	0,8	1,8	1,6

Lampiran 12. Hasil Analisis *PLS*

Output *PLS Algorithm*



Lampiran. Hasil Analisis *PLS*

Outer Loading

Outer Loadings

	EPS	HARGA SAHAM	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2	Moderating Effect 3	NILAI PERUSAHAAN	ROA	ROE
EPS	1,000							
EPS * HARGA SAHAM			0,557					
HARGA SAHAM		1,000						
NILAI PERUSAHAAN						1,000		
ROA							1,000	
ROA * HARGA SAHAM					0,505			
ROE								1,000
ROE * HARGA SAHAM				1,480				

Lampiran. Hasil Analisis *PLS*

Uji Validitas dan Reliabilitas

Construct Reliability and Validity

	Cronbarho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
EPS	1,000	1,000	1,000
HARGA SAHAM	1,000	1,000	1,000
Moderating Effect 1	1,000	1,000	1,000
Moderating Effect 2	1,000	1,000	1,000
Moderating Effect 3	1,000	1,000	1,000
NILAI PERUSAHAAN	1,000	1,000	1,000
ROA	1,000	1,000	1,000
ROE	1,000	1,000	1,000

Hasil *R-Square*

R Square

	R Square
NILAI PERUSAHAAN	0,200

Hasil Koefisien Jalur

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
EPS -> Nilai Perusahaan	-0,233	0,355	2,044	0,114	0,909
HARGA SAHAM -> Nilai Perusahaan	0,886	0,734	0,360	2,461	0,014
Moderating Effect 1 -> Nilai Perusahaan	-0,105	0,824	4,237	0,025	0,980
Moderating Effect 2 -> Nilai Perusahaan	1,161	1,119	0,385	3,020	0,003
Moderating Effect 3 -> Nilai Perusahaan	1,195	1,065	0,362	3,298	0,001
ROA -> Nilai Perusahaan	0,657	0,515	0,318	2,064	0,039
ROE -> Nilai Perusahaan	0,706	0,605	0,310	2,275	0,023



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana Nomor 50 Malang 65144, Telepon: (0341) 558881, Faksimile: (0341) 558881

Hal : Surat Keterangan Penelitian

Malang, 24 Juni 2021

SURATKETERANGAN

Pengelola Galeri Investasi Syariah BEI-UIN Maliki Malang, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menerangkan bahwa tersebut di bawah ini:

Nama : Zahra Nurfitri R.

NIM : 17510170

Fakultas/Jurusan : Ekonomi /Manajemen

Semester : VIII (Delapan)

Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Judul Penelitian : Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Harga Saham sebagai Variabel Moderasi

Mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian di Galeri Investasi Syariah BEI-UIN Maliki Malang, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Wassalamualaikum Wr.

Wb.

Ketua GIS BEI-UIN Maliki Malang

Muh. Nanang Choiruddin, SE., MM.




BUKTI KONSULTASI

Nama : Zahra Nurfitri Ramadhani
 NIM/Jurusan : 17510170/Manajemen
 Pembimbing : M. Nanang Choiruddin, SE., MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2019)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	4 November 2020	Pengajuan <i>Outline</i>	1. 
2.	11 Januari 2021	Proposal Bab I	2. 
3.	10 Februari	Proposal Bab II	3. 
4.	3 Maret 2021	Propoposal Bab III	4. 
3.	30 Maret 2021	Revisi & Acc Proposal	5. 
4.	22 April 2021	Seminar Proposal	6. 
5.	28 April 2021	Acc Proposal	7. 
6.	3 Juni 2021	Skripsi Bab I-IV	8. 
7.	11 Juni 2021	Proposal Bab I-V	9. 
9.	15 Juni 2021	Acc Keseluruhan	10. 

Malang, 15 Juni 2021
 Mengetahui
 Ketua Jurusan Manajemen


 Drs. Agus Sucipto, SE., MM.,CRA
 NIP. 196708162003121001



**KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 55888

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Zahra Nurfitri Ramadhani
NIM : 17510170
Handphone : 081232892318
Konsentrasi : Keuangan
Email : nurfitrizahra14@gmail.com
Judul Skripsi : "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Sektor *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019)"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
17%	19%	11%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 09 Juli 2021
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

BIODATA PENELITI

Nama : Zahra Nurfitri Ramadhani
Tempat, Tanggal Lahir : Jayapura, 14 Januari 1999
Agama : Islam
Alamat asli : Jl. Jokromo No. 30 Rt 33 Rw 06 Desa Ngebruk
Kec. Sumberpucung Kab Malang
No. HP : 081232892319
email : nurfitri zahra14@gmail.com

Pendidikan Formal

1. TK Muslimat NU Ngebruk Lulus pada tahun 2005
2. SDN 04 Ngebruk Lulus pada tahun 2011
3. SMPN 2 Sumberpucung Lulus pada tahun 2014
4. SMAN 1 Kepanjen Lulus pada tahun 2017
5. S1 Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada tahun 2021

Pendidikan Non Formal

1. Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2017-2018
2. English Language Center (ELC) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2018-2019

Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris PMR Madya Unit SMP SMPN 2 Sumberpucung tahun 2012-2013
2. Koordinator Sie Pendidikan PMR Wira Unit SMAN 1 Kepanjen tahun 2015-2016
3. Volunteer Economy Festival DEMA Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2018
4. Anggota Departemen Pendidikan DEMA Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2019
5. Anggota KSR PMI Kab. Malang tahun 2021

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

10%

2

Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang

Student Paper

1%

3

Submitted to Trisakti University

Student Paper

1%

4

eprints.undip.ac.id

Internet Source

1%

5

library.um.ac.id

Internet Source

1%

6

repositori.umsu.ac.id

Internet Source

1%

7

e-jurnal.lppmunsera.org

Internet Source

1%

8

eprints.uny.ac.id

Internet Source

1%

9

docobook.com

Internet Source

1%